

**Décision n° 16-D-20 du 29 septembre 2016
relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des
prestations réalisées par les agences de mannequins**

L'Autorité de la concurrence (Section III),

Vu la décision n° 11-SO-13 du 26 juillet 2011 enregistrée sous le numéro 11/0063F, par laquelle l'Autorité de la concurrence s'est saisie d'office des pratiques mises en œuvre dans le secteur des prestations réalisées par les agences de mannequins ;

Vu le livre IV du code de commerce modifié ;

Vu les décisions de secret des affaires n° 13-DSA-181 du 11 juin 2013, n° 13-DSA-183 du 13 juin 2013, n° 13-DSA-188 du 20 juin 2013, n° 13-DSA-190 du 26 juin 2013, n° 13-DSA-194 du 27 juin 2013, n° 13-DSA-196 du 3 juillet 2013, n° 13-DSA-197 du 9 juillet 2013, n° 13-DSA-198 du 9 juillet 2013, n° 13-DSA-206 du 12 juillet 2013, n° 13-DSA-223 du 2 août 2013, n° 14-DSA-191 du 4 juillet 2014, n° 14-DSA-194 du 7 juillet 2014, n° 14-DSA-222 du 31 juillet 2014, n° 15-DSA-166 du 13 avril 2015, n° 16-DSA-02 du 7 janvier 2016, n° 16-DSA-34 du 8 février 2016, n° 16-DSA-35 du 8 février 2016, n° 16-DSA-36 du 8 février 2016, n° 16-DSA-42 du 17 février 2016, n° 16-DSA-44 du 17 février 2016, n° 16-DSA-45 du 17 février 2016, n° 16-DSA-46 du 18 février 2016, n° 16-DSA-47 du 19 février 2016, n° 16-DSA-48 du 19 février 2016, n° 16-DSA-49 du 19 février 2016, n° 16-DSA-50 du 19 février 2016, n° 16-DSA-51 du 19 février 2016 et n° 16-DSA-54 du 23 février 2016 ;

Vu la notification de griefs du 8 avril 2014 ;

Vu le procès-verbal du 28 mai 2014 par lequel la société Dynamite a déclaré ne pas contester les griefs qui lui ont été notifiés et a demandé le bénéfice des dispositions du III de l'article L. 464-2 du code de commerce ;

Vu le procès-verbal du 19 juin 2014 par lequel la société Agence People Coccinelle a déclaré ne pas contester les griefs qui lui ont été notifiés et a demandé le bénéfice des dispositions du III de l'article L. 464-2 du code de commerce ;

Vu le procès-verbal du 24 juin 2014 par lequel la société Ovation a déclaré ne pas contester les griefs qui lui ont été notifiés et a demandé le bénéfice des dispositions du III de l'article L. 464-2 du code de commerce ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Vu les observations présentées par le SYNAM, les sociétés Art et Mode (Kid et Feel), Bout'chou, Privilège Catlinka, Agence DI, Angels Models Management, Bananas Mambo, City Models, Crystal Model Agency's, Cute Models, Elite Model Management, Enjoy Models Management, Exception, Ford (devenue Premium Models), Frimousse, Agence Happy, Hourra ! Models, International Management Group, International Publicity Service, Karin Models, L'Agence "Kwaheri Studio", Major Models, Metropolitan Models, Rebecca, Marilyn Agency, Nathalie, New Madison, Next Management, Nouvelle Ere, Perfect Model Management, Profil, Smith & Smith, Hinolisari-Success, VIP Models, Viva Model Management, Women Management, Zenith Models et le commissaire du Gouvernement ;

Les rapporteurs, le rapporteur général adjoint et les représentants du SYNAM et des sociétés Art et Mode (Kid et Feel), Perfect Models, Privilège Catlinka, Agence DI, Angels Models Management, Bananas Mambo, City Models, Crystal Model Agency's, Cute Models, Elite Model Management, Enjoy Models Management, Ford (devenue Premium Models), Frimousse, Agence Happy, Hourra ! Models, International Management Group, Karin Models, Metropolitan Models, Rebecca, Marilyn Agency, Nathalie, New Madison, Next Management, Nouvelle Ere, Profil, Smith & Smith, Hinolisari-Success, VIP, Viva Model Management et Women Management, entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence du 14 juin 2016 ;

Adopte la décision suivante :

SOMMAIRE

I. Constatations	8
A. LA PROCÉDURE.....	8
B. LE SECTEUR CONCERNÉ.....	9
1. LES CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR DES PRESTATIONS RÉALISÉES PAR LES AGENCES DE MANNEQUINS	9
a) Caractéristiques de l'offre.....	10
b) Caractéristiques de la demande.....	11
<i>Les clients-utilisateurs.....</i>	<i>11</i>
<i>Les agences de communication ou de publicité</i>	<i>11</i>
2. LE CADRE LÉGAL ET CONVENTIONNEL.....	12
a) Le statut du mannequin.....	12
b) La rémunération des mannequins.....	12
<i>Le dispositif conventionnel des salaires bruts minima.....</i>	<i>12</i>
<i>Les règles relatives au pourcentage minimum de rémunération.....</i>	<i>14</i>
<i>L'articulation des différentes dispositions en matière de rémunération minimale</i>	<i>14</i>
<i>Rémunération des droits à l'image</i>	<i>14</i>
c) Évolution du cadre juridique encadrant les tarifs des prestations de mise à disposition de mannequins.....	15
<i>Le régime de prix administrés des prestations d'agences de mannequins</i>	<i>15</i>
<i>La fin du système de prix administrés.....</i>	<i>15</i>
3. LES MODALITÉS DE LA NÉGOCIATION COMMERCIALE ENTRE LES AGENCES DE MANNEQUINS ET LES CLIENTS-UTILISATEURS	16
a) Les modalités générales de la négociation tarifaire dans le secteur	16
b) Les spécificités de la « Fashion Week »	17
C. LES ENTREPRISES ET ORGANISMES CONCERNÉS	17
1. LES SYNDICATS D'AGENCES DE MANNEQUINS	17
a) Le syndicat des agences de mannequins (SAM)	17
b) L'Union nationale des agences de mannequins (UNAM).....	18
c) Le Syndicat National des Agences de Mannequins (SYNAM).....	18
<i>Création du SYNAM.....</i>	<i>18</i>
<i>Organisation du SYNAM</i>	<i>18</i>
<i>Membres du SYNAM.....</i>	<i>19</i>
2. LES AGENCES MISES EN CAUSE	19
D. LES PRATIQUES RELEVÉES.....	21

1. L'ÉLABORATION ET LA DIFFUSION DE GRILLES TARIFAIRES SYNDICALES	21
a) L'historique des grilles syndicales	21
b) Le contenu des grilles syndicales	22
c) La portée des grilles syndicales	28
<i>Le caractère annuel des grilles syndicales</i>	28
<i>L'impact des grilles tarifaires sur la politique commerciale des agences</i>	28
d) L'intervention de la DGCCRF et la suppression des grilles tarifaires par le SYNAM	31
2. L'IMPLICATION DES AGENCES MEMBRES DANS LES PRATIQUES RELATIVES AUX GRILLES TARIFAIRES	33
a) L'implication des agences dans le processus d'adoption des grilles tarifaires	33
b) Les éléments relatifs aux réunions de l'UNAM et du SYNAM	33
<i>Les réunions de l'UNAM</i>	33
<i>Les réunions du SYNAM</i>	35
<i>Les réunions de commissions spécialisées du SYNAM</i>	38
E. LES GRIEFS NOTIFIÉS	39
1. GRIEF N° 1 : SUR LA PRATIQUE IMPUTABLE AU SYNAM	39
2. GRIEF N° 2 : SUR LA PRATIQUE IMPUTABLE AUX AGENCES DE MANNEQUINS.....	39
F. LA MISE EN ŒUVRE DU III DE L'ARTICLE L. 464-2 DU CODE DE COMMERCE	41
II. Discussion	42
A. SUR LE DÉROULEMENT DE LA PROCÉDURE.....	42
1. EN CE QUI CONCERNE LA SAISINE D'OFFICE	42
2. EN CE QUI CONCERNE L'IMPARTIALITÉ ET LA LOYAUTÉ DE L'INSTRUCTION	44
a) Sur le fait que le rapporteur n'aurait prétendument retenu que les passages à charge.....	44
b) Sur la faculté des services d'instruction d'auditionner les personnes de leur choix	44
c) Sur le fait que les services d'instruction auraient omis de préciser que le rapport administratif d'enquête excluait l'implication des agences de mannequins	45
3. EN CE QUI CONCERNE LA SITUATION DE LA SOCIÉTÉ NOUVELLE ÈRE	45
4. EN CE QUI CONCERNE LA PRÉCISION DU GRIEF N° 2 ET L'ALLÉGATION DE MODIFICATION DU GRIEF N° 2 AU STADE DU RAPPORT	46
5. EN CE QUI CONCERNE L'ALLÉGATION D'INÉGALITÉ DE TRAITEMENT ENTRE LES AGENCES DE MANNEQUINS	47
B. SUR LA DÉLIMITATION DU MARCHÉ PERTINENT	48
1. LE MARCHÉ DE PRODUITS ET DE SERVICES	48
2. LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE.....	48

C. SUR LE BIEN FONDÉ DES GRIEFS	49
1. SUR LE GRIEF N° 1	49
a) Rappel des principes	49
<i>Sur la mise en cause d'un syndicat professionnel.....</i>	<i>49</i>
<i>Sur l'objet anticoncurrentiel de l'élaboration et de la diffusion par un syndicat</i>	<i>50</i>
<i>professionnel de grilles tarifaires à ses membres</i>	<i>50</i>
<i>Sur l'application du I, I° de l'article L. 420-4 du code de commerce</i>	<i>51</i>
b) Application à l'espèce	52
<i>Sur la preuve de l'élaboration et de la diffusion de grilles tarifaires syndicales</i>	<i>52</i>
.....	52
<i>Sur l'objet anticoncurrentiel des grilles tarifaires syndicales</i>	<i>52</i>
c) Durée et prescription des pratiques.....	56
<i>Principes.....</i>	<i>56</i>
<i>Application au cas d'espèce.....</i>	<i>57</i>
d) Conclusion	58
2. SUR LE GRIEF N° 2	58
a) Sur les conséquences de la mise en œuvre de la procédure de non-contestation	
des griefs	58
<i>Principes.....</i>	<i>58</i>
<i>Application au cas d'espèce.....</i>	<i>59</i>
b) L'accord de volonté.....	59
<i>La mise en cause des membres d'une organisation professionnelle en droit</i>	<i>59</i>
<i>national</i>	<i>59</i>
<i>L'utilisation d'un faisceau d'indices</i>	<i>60</i>
<i>Sur les arguments des mises en cause relatifs à l'accord de volontés</i>	<i>60</i>
c) Sur le caractère anticoncurrentiel des réunions de l'UNAM et du SYNAM62	
<i>Principes applicables</i>	<i>62</i>
<i>Application au cas d'espèce.....</i>	<i>62</i>
<i>Conclusion</i>	<i>68</i>
d) Sur la participation individuelle des entreprises.....	68
<i>Sur le point de départ de la participation.....</i>	<i>68</i>
<i>Sur la continuité et la fin de la participation.....</i>	<i>69</i>
<i>Résumé de la participation individuelle des mises en cause</i>	<i>70</i>
<i>Les entreprises mises hors de cause.....</i>	<i>71</i>
<i>Les entreprises ayant donné leur accord exprès à l'entente anticoncurrentielle</i>	
<i>à l'occasion de l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009</i>	
.....	71

	<i>Les entreprises n'ayant pas participé à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009 et ayant participé à l'assemblée générale ordinaire du SYNAM du 7 décembre 2009, dont l'objet anticoncurrentiel pouvait être anticipé</i>	74
D.	SUR L'IMPUTABILITÉ	75
	1. PRINCIPES	75
	2. APPRÉCIATION EN L'ESPÈCE	76
	a) Concernant l'UNAM et le SYNAM.....	76
	<i>Arguments des mises en cause</i>	76
	<i>Réponse de l'Autorité</i>	76
	b) Concernant les agences mises en cause	77
	<i>S'agissant de Bout'chou</i>	77
	<i>S'agissant de City</i>	77
	<i>S'agissant de Crystal</i>	77
	<i>S'agissant de Nathalie</i>	78
	<i>S'agissant de People</i>	78
III.	Sur les sanctions	78
	A. PRINCIPES	78
	B. SUR LE PREMIER GRIEF	79
	1. SUR LA MÉTHODE DE DÉTERMINATION DE LA SANCTION.....	79
	2. SUR LA GRAVITÉ DES FAITS	79
	3. SUR L'IMPORTANCE DU DOMMAGE À L'ÉCONOMIE.....	80
	a) Principes.....	80
	b) Sur l'ampleur de l'infraction	81
	c) Sur les caractéristiques économiques objectives du secteur en cause	81
	<i>Barrières à l'entrée</i>	81
	<i>Structure et degré de concentration du secteur des agences de mannequins</i> ..	82
	<i>Sensibilité au prix de la demande des prestations de mannequinat</i>	82
	<i>Concurrence transfrontalière</i>	82
	d) Conséquences conjoncturelles et structurelles	83
	4. SUR LE MONTANT DE LA SANCTION.....	84
	C. SUR LE SECOND GRIEF	85
	1. SUR LA MÉTHODE DE DÉTERMINATION DES SANCTIONS	85
	2. SUR LA GRAVITÉ DES FAITS	85
	3. SUR L'IMPORTANCE DU DOMMAGE À L'ÉCONOMIE.....	85
	4. SUR LE MONTANT DE LA SANCTION.....	86
	5. SUR LES AJUSTEMENTS FINAUX.....	88

a) Sur la vérification du maximum légal	88
b) Sur l'application du III de l'article L. 464-2 du code de commerce.....	88
c) Sur la capacité contributive des entreprises mises en cause.....	89
D. SUR L'OBLIGATION DE PUBLICATION	91
DÉCISION	92

I. Constatations

A. LA PROCÉDURE

1. Après avoir constaté que les sites Internet des organisations syndicales d'agences de mannequins affichaient des grilles tarifaires, la DGCCRF a chargé la brigade interrégionale d'enquêtes de concurrence d'Ile de France, Haute et Basse Normandie, la Réunion et Saint-Pierre et Miquelon (ci-après, la « BIEC ») d'une enquête dans le secteur des prestations réalisées par les agences de mannequins.
2. L'enquête a donné lieu à l'établissement d'un rapport administratif, qui a été transmis à la rapporteure générale de l'Autorité de la concurrence (ci-après, « l'Autorité ») le 27 juin 2011.
3. Par décision n° 11-SO-13 du 26 juillet 2011, l'Autorité s'est saisie d'office de pratiques mises en œuvre dans le secteur des prestations réalisées par les agences de mannequins. Cette saisine d'office a été enregistrée sous le numéro 11/0063F.
4. Le 8 avril 2014, la rapporteure générale de l'Autorité a adressé une notification de griefs pour des pratiques prohibées au titre de l'article L. 420-1 du code de commerce au Syndicat National des Agences de Mannequins (ci-après le « SYNAM ») et aux sociétés suivantes :
 - Agence DI (ci-après, « DI ») ;
 - Angels Models Management (ci-après, « Angels ») ;
 - Kid et Feel (ci-après, « Art et Mode ») ;
 - Bananas Mambo ;
 - SARL Bout'Chou (ci-après, « Bout'chou ») ;
 - City Models (ci-après, « City ») ;
 - Crystal Model Agency's (ci-après, « Crystal ») ;
 - Regard's (ci-après, « Cute ») ;
 - Dynamite Agency (ci-après, « Dynamite ») ;
 - Elite Model Management (ci-après, « Elite ») ;
 - Enjoy Models Management (ci-après, « Enjoy ») ;
 - Exception ;
 - Ford Models Europe, devenue Premium Models (ci-après, « Ford ») ;
 - Frimousse SARL (ci-après, « Frimousse ») ;
 - Happy Communication (ci-après, « Happy ») ;
 - Hourra ! Models SARL (ci-après, « Hourra ») ;
 - Idole Model Management (ci-après, « Idole ») ;
 - International Management Group (ci-après, « IMG ») ;
 - International Publicity Service (ci-après, « IPS ») ;
 - Karin Models (ci-après, « Karin ») ;
 - L'Agence 'Kwaheri Studio' (ci-après, « Kwaheri ») ;
 - Major Model Management Paris, devenue MP Paris (ci-après, « Major ») ;
 - Metropolitan Models (ci-après, « Metropolitan ») ;
 - Marilyn Agency (ci-après, « Marilyn ») ;

- Nathalie ;
- Next Management (ci-après, « Next ») ;
- New Madison ;
- Nouvelle Ere ;
- Ovation ;
- Agence People-Coccinelle (ci-après, « People ») ;
- Perfect Models SARL (ci-après, « Perfect ») ;
- Catlinka Privilege (ci-après, « Privilège ») ;
- Profil ;
- Rebecca ;
- Smith & Smith Characters (ci-après, « Smith & Smith ») ;
- Hinolisari-Success (ci-après, « Success ») ;
- V.I.P. Models (ci-après, « VIP ») ;
- Viva Model Management (ci-après, « Viva ») ;
- Women Management (ci-après, « Women ») et
- Zenith Models (ci-après, « Zenith »).

5. Les sociétés

- Dynamite ;
- Ovation et
- People

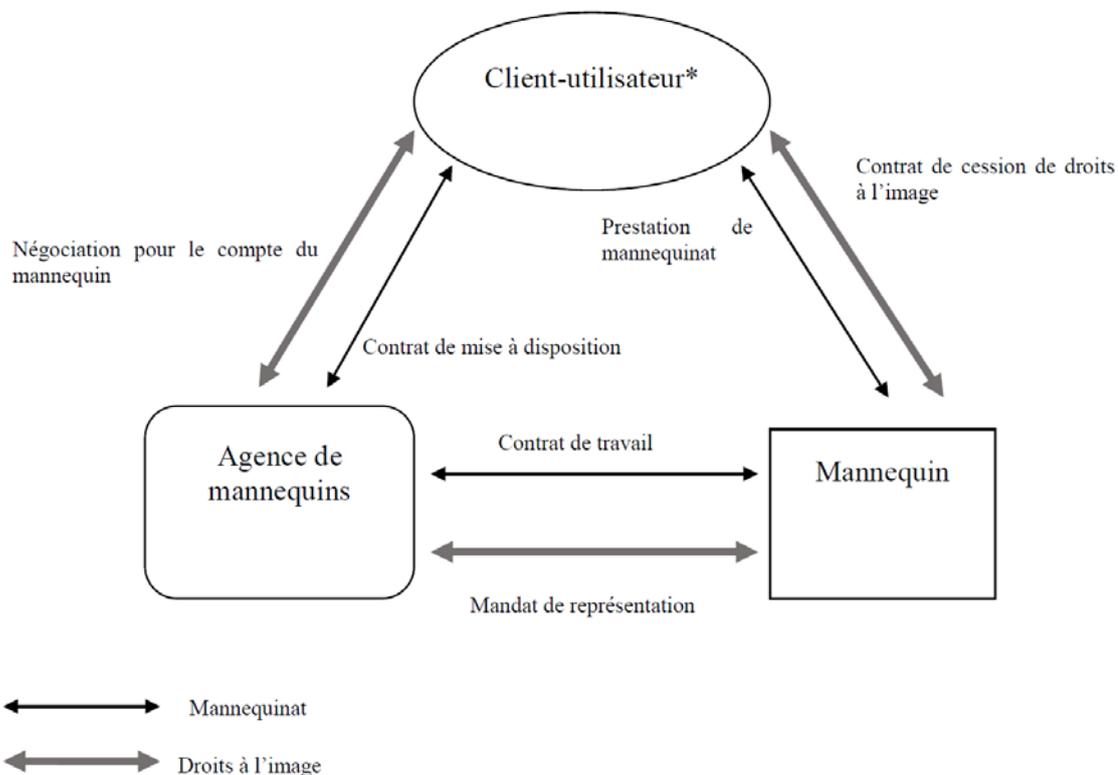
ont demandé à bénéficier de la procédure de non-contestation des griefs, prévue au III de l'article L. 464-2 du code de commerce.

B. LE SECTEUR CONCERNÉ

1. LES CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR DES PRESTATIONS RÉALISÉES PAR LES AGENCES DE MANNEQUINS

6. Les agences de mannequins assurent à titre onéreux un service de mise à disposition de mannequins au profit d'annonceurs, d'agences publicitaires ou de communication, de maisons de haute couture, de créateurs de mode, etc. (ci-après, les « clients-utilisateurs »).
7. Les agences de mannequins se chargent du recrutement des mannequins, de leur formation, ainsi que de leur promotion (constitution de « *books* ») auprès notamment des magazines de mode, des agences de publicité, des maisons de haute couture et de prêt-à-porter. Elles leur trouvent des contrats et négocient alors leurs prestations avec les clients-utilisateurs. Elles peuvent également gérer et organiser le planning du mannequin, son transport et son logement.
8. Dans le cadre d'une prestation de mannequinat, la relation entre les parties intéressées est tripartite : comme le met en évidence le graphique ci-après, elle lie, d'une part, l'agence de mannequins et le client-utilisateur (par l'intermédiaire, le cas échéant, d'agences de communication ou de publicité) au travers d'un contrat de mise à disposition et, d'autre part, l'agence et le mannequin par le biais d'un contrat de travail.

9. Lorsque les droits à l'image du mannequin, c'est-à-dire la rémunération due à l'occasion de la vente ou de l'exploitation d'un enregistrement par l'employeur ou l'utilisateur, sont négociés et gérés par l'agence pour le compte du mannequin (cas général), un mandat de représentation doit par ailleurs être conclu (préalablement au contrat de travail) ainsi qu'un contrat de cession des droits fixant le produit desdits droits à l'image.



* : éventuellement par l'intermédiaire d'une agence de communication ou de publicité

a) Caractéristiques de l'offre

10. Le secteur du mannequinat et des agences de mannequins est réglementé par la loi n° 90-603 du 12 juillet 1990 « *modifiant le code du travail et relative aux agences de mannequins et à la protection des enfants et des adultes exerçant l'activité de mannequin* » (codifiée aux articles L. 7123-1 à L. 7123-32 du code du travail) et son décret d'application n° 92-962 du 9 septembre 1992 modifié (codifié aux articles R. 7123-1 à R. 7123-22 du code du travail).
11. Selon cette législation, seules les agences titulaires d'une licence sont autorisées à exercer l'activité de placement de mannequins à titre onéreux. En 2011, date de fin des pratiques notifiées, 62 agences étaient titulaires d'une licence, pour un total de 93 établissements en activité sur le territoire national (cote 9).
12. Il existe une grande diversité d'agences en fonction de leur notoriété, de leur couverture territoriale (agences internationales, nationales ou régionales), du type de mannequin représenté (hommes ou femmes exclusivement, mixtes, enfants, comédiens) ou des prestations proposées (films ou prises de vue publicitaires, agences multi-activités, etc.).
13. Le secteur est caractérisé par la présence de quelques grandes agences, qui assurent la représentation des mannequins de notoriété internationale et négocient pour leur compte des contrats avec les plus grandes marques. Elles sont situées dans les principales capitales de la

mode, à proximité des grandes maisons de couture (Paris, New York, Milan, Londres, Barcelone). Il s'agit notamment des agences Elite, IMG, Marilyn et Viva.

14. Il existe également de nombreuses agences de mannequins de taille plus modeste, majoritairement situées en province et dans une moindre mesure dans les DOM.
15. Par ailleurs, la loi n° 2011-302 du 22 mars 2011 portant diverses dispositions d'adaptation de la législation au droit de l'Union européenne, complétée par le décret n° 2011-1001 du 24 août 2011, a ouvert la possibilité aux agences de mannequins situées dans un État appartenant à l'Espace Économique Européen de pouvoir exercer cette activité de façon occasionnelle sur le territoire national, sous réserve d'une déclaration préalable d'activité (article L. 7123-11 du code du travail). Les agences étrangères faisant usage de cette libre prestation de services ne sont pas tenues de respecter la totalité du cadre légal et conventionnel applicable aux agences de mannequins établies sur le territoire français (voir à ce sujet la circulaire de la direction générale du travail du ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social, en date du 26 juillet 2012).
16. S'agissant du chiffre d'affaires total du secteur, Mme C..., secrétaire générale du SYNAM, a déclaré en audition : « *Je ne sais pas combien représente globalement ce marché en chiffres d'affaires. La totalité du chiffre d'affaires de nos adhérents représente en 2008 142 millions d'euros* » (cote 14).

b) Caractéristiques de la demande

17. Les agences de mannequins sont en relation soit directement avec les clients-utilisateurs (annonceurs et créateurs de mode) soit *via* des intermédiaires (agences de communication ou de publicité).

Les clients-utilisateurs

18. Les annonceurs sont des entreprises issues de divers secteurs (automobile, grande distribution, textile, télécommunications, hygiène-beauté, etc.), qui font appel aux prestations de mannequins notamment pour des prises de vue et/ou films publicitaires. Elles passent généralement par l'intermédiaire d'agences de communication ou de publicité et ne sont donc pas en contact direct avec les agences de mannequins. En France, les principaux annonceurs en termes de dépenses étaient en 2014 les sociétés Renault, Peugeot, Orange, Citroën et Leclerc (source : UDA, les chiffres clés des annonceurs 2015).
19. Les créateurs de mode font également appel aux prestations de mannequins notamment pour la réalisation de défilés. Il s'agit des maisons de haute couture (comme Versace, Christian Dior, Chanel, etc.), des couturiers et des créateurs de prêt-à-porter.

Les agences de communication ou de publicité

20. Les agences de communication ou de publicité ont pour mission d'accompagner leurs clients dans leur communication et de concevoir et produire des campagnes publicitaires (presse, TV, affichage, radio, cinéma et Internet). Ce sont elles qui contractent avec les agences de mannequins dans le cadre de la réalisation d'une prestation pour le compte du client-utilisateur.

2. LE CADRE LÉGAL ET CONVENTIONNEL

a) Le statut du mannequin

21. L'activité de mannequin est encadrée par la loi n° 90-603 du 12 juillet 1990, codifiée à l'article L. 7123-2 du code du travail. Cet article dispose qu'« *est considérée comme exerçant une activité de mannequin, même si cette activité n'est exercée qu'à titre occasionnel, toute personne qui est chargée :*
 - *soit de présenter au public, directement ou indirectement par reproduction de son image sur tout support visuel ou audiovisuel, un produit, un service ou un message publicitaire ;*
 - *soit de poser comme modèle, avec ou sans utilisation ultérieure de son image ».*
22. En conséquence, la qualification de mannequin est indépendante du degré de notoriété de la personne, de son âge (mineur ou majeur) ainsi que du caractère professionnel ou occasionnel de l'activité ou encore de l'exercice à titre principal d'une autre activité.
23. Aux termes de l'article L. 7123-3 du code du travail, « *tout contrat par lequel une personne s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un mannequin est présumé être un contrat de travail* ». Cette présomption de contrat de travail subsiste quel que soit le montant et le mode de rémunération et nonobstant la qualification donnée au contrat par les parties (article L. 7123-4 du code du travail).

b) La rémunération des mannequins

24. S'agissant de la rémunération du mannequin, l'article L. 7123-6 du code du travail opère une distinction entre (i) la part salariale de la rémunération du mannequin et (ii) les « *droits d'utilisation de sa présentation* » qui sont dus à l'occasion de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement de sa présentation par l'employeur ou par tout autre utilisateur.
25. Les dispositions du code du travail sont complétées par plusieurs accords collectifs portant sur les rémunérations minimales des mannequins, et notamment la convention collective nationale des mannequins adultes et mannequins enfants de moins de 16 ans employés par les agences de mannequins du 22 juin 2004, étendue par arrêté du 13 avril 2005 à l'ensemble du secteur.

Le dispositif conventionnel des salaires bruts minima

26. L'accord national du 15 février 1991 et son avenant ont institué des « *salaires bruts minima syndicaux des mannequins enfants de moins de 16 ans et mannequins adultes employés par les agences de mannequins* ».
27. Ces salaires bruts minima reposent sur la catégorisation des prestations de mannequinat et sur la classification des mannequins, toutes deux prévues par la convention collective du 22 juin 2004.
28. L'article 8 de la convention collective du 22 juin 2004 identifie six catégories de prestations de mannequinat : presse rédactionnelle, publicité et films publicitaires, catalogues, défilés, essayages-répétitions (cotes 3948 et 3949).
29. Pour les prestations réalisées pour la presse rédactionnelle, l'article 10 de la convention collective du 22 juin 2004 opère une classification spécifique pour la presse rédactionnelle, qui identifie des tarifs lettres (A à G), applicables à la seule presse « *promotionnelle* » (A)

ou négociés selon les références professionnelles des mannequins et les catégories de journaux (B à G) (cote 3950). À titre indicatif, pour 2015, le salaire brut minimum horaire varie entre 32,95 euros pour un tarif A et 83,55 euros pour un tarif G, comme le met en évidence le tableau ci-après :

Presse rédactionnelle

(En euros.)

	A	B	C	D	E	F	G
1 heure (taux horaire majoré)	32,95	38,45	45,00	51,70	59,30	66,95	83,55

Journée (de 5 à 8 heures) : taux horaire majoré × par 5.

Rémunérations brutes horaires minimales des mannequins adultes conformément à l'article 12

1 heure (taux horaire majoré) : 62,30 €.

Journée (de 5 à 8 heures) : taux horaire majoré × par 5.

Source : Legifrance, Accord du 25 mars 2015 relatif aux rémunérations minimales pour l'année 2015, Annexes

30. Pour les prestations autres que les prises de vue pour la presse rédactionnelle (publicité et défilé), l'article 9 de la convention collective du 22 juin 2004 opère une classification des mannequins selon une échelle de notoriété allant du « mannequin débutant » (T7) au mannequin « hors catégorie » dont « les qualités sont reconnues internationalement » (> T10). Entre les deux, la convention distingue le mannequin ayant une « expérience récente » (T8), celui ayant une « expérience reconnue » disposant de références professionnelles par son « press-book » (T9) et enfin le mannequin de niveau supérieur ayant une « expérience confirmée » (T10) (cotes 3949 et 3950). Les minima salariaux conventionnels sont fixés en valeur absolue pour chaque exercice civil (taux horaire ou taux journalier), en fonction des classifications retenues pour les mannequins. À titre d'exemple, pour 2015, le salaire brut minimum horaire (hors congés payés) d'un mannequin adulte varie entre 91,80 euros pour un T7 et 176,90 euros pour un T10, comme le met en exergue le tableau ci-après :

Annexe I

Rémunérations horaires brutes minimales des mannequins adultes (hors congés payés)
Publicité et défilé

(En euros.)

	7	8	9	10			
1 heure (taux horaire majoré)	91,80	107,65	141,80	176,90			

Journée (de 5 à 8 heures) : taux horaire majoré × par 5.

Hebdo 5 jours : tarif journée × 5 - 10 %.

Hebdo 6 jours : tarif journée × 6 - 15 %.

Source : Legifrance, Accord du 25 mars 2015 relatif aux rémunérations minimales pour l'année 2015, Annexes

31. Pour les enfants, les salaires minima bruts varient en fonction des catégories de prestations effectuées. À titre d'illustration, les salaires minima bruts horaires ont été fixés pour l'année 2015 de la manière suivante :

Annexe II

Rémunérations horaires brutes minimales des mannequins enfants (hors congés payés)

(En euros.)

Prise de vue publicité, défilé	Catalogue VPC	Presse rédactionnelle	Tournage film publicitaire	Essayage technique	Essayage préparatoire
66,50	57,85	46,05	82,60	57,85	50 % du minimum horaire de la catégorie

Source : Legifrance, Accord du 25 mars 2015 relatif aux rémunérations minimales pour l'année 2015, Annexes

32. Les minima salariaux conventionnels font l'objet d'une négociation annuelle obligatoire (ci-après, la « NAO »), conformément à l'article L. 2241-1 du code du travail. Cette négociation – qui à l'époque des pratiques se tenait généralement en fin d'année pour une application au début de l'année civile suivante (cote 8506) – détermine en pratique le (ou les) pourcentage(s) de variation applicable(s) aux salaires bruts minima conventionnels résultant de la négociation précédente. Ainsi, à titre d'exemple, l'accord du 25 mars 2015 prévoit une hausse de 2 % sur les rémunérations brutes horaires minimales des mannequins adultes classés dans les catégories 7 à 10 et A à G.

Les règles relatives au pourcentage minimum de rémunération

33. En sus des dispositions relatives aux salaires minima des mannequins, l'article L. 7123-7 du code du travail dispose que « *le salaire perçu par un mannequin pour une prestation donnée ne peut être inférieur à un pourcentage minimum des sommes versées à cette occasion par l'utilisateur à l'agence de mannequins* ».
34. L'article 5 de la convention collective du 22 juin 2004 précise ainsi des ratios minima différenciés selon les grandes catégories de prestations pour les mannequins adultes : (i) pourcentage minimum de 33 % pour les prestations destinées à la presse et (ii) pourcentage minimum de 36 % pour la publicité. S'agissant des mannequins enfants de moins de 16 ans, l'article 5 prévoit un taux uniforme de 31 % (cote 3947).

L'articulation des différentes dispositions en matière de rémunération minimale

35. Les règles relatives aux salaires bruts minima et celles portant sur les pourcentages minima de rémunération sont cumulatives. Ainsi, l'application du salaire-plancher – déterminé à partir d'un pourcentage des sommes versées par le client-utilisateur à l'agence de mannequins – ne saurait être retenue si le salaire-plancher est moins favorable que le salaire brut minimum conventionnel, comme cela est prévu par l'article 5, dernier alinéa, de la convention collective du 22 juin 2004 (cote 3947).
36. Les agences de mannequins sont donc tenues d'appliquer la règle la plus favorable au salarié. En pratique, c'est généralement le taux horaire résultant de l'application du pourcentage minimum qui est le plus favorable au mannequin (cote 2379).

Rémunération des droits à l'image

37. La rémunération due au mannequin au titre de la cession de ses droits pour l'exploitation de l'enregistrement de sa présentation est distinguée de la rémunération de sa prestation initiale et fait l'objet d'un contrat de cession de droits distinct du contrat de travail.

38. Toutefois, conformément à l'article 16-4 de la convention collective du 22 juin 2004, la prestation de présentation du mannequin comprend le droit d'utiliser son image en France durant 12 mois uniquement dans la presse et dans les catalogues de vente par correspondance (ci-après, « VPC ») quelle que soit la nature du support dès lors que cette utilisation ne fait l'objet d'aucune vente additionnelle au sens de l'article L. 7123-6 du code du travail (cote 3955).
39. Pour les autres utilisations et cessions du droit à l'image, les mannequins confient habituellement à l'agence de mannequins – par mandat de représentation – la défense, la négociation et la gestion de leurs droits, étant entendu que l'exécution du mandat de représentation donne lieu à un commissionnement de l'agence dont le montant est déterminé par l'article 16-6 de la convention collective (cote 3956). Le mannequin perçoit alors au titre des droits à l'image, une somme correspondant aux droits facturés au client, nets des commissions rémunérant l'activité de mandataire de l'agence.

c) Évolution du cadre juridique encadrant les tarifs des prestations de mise à disposition de mannequins

Le régime de prix administrés des prestations d'agences de mannequins

40. Jusqu'en 1986, la réglementation « *imposait une convention relative aux "tarifs des prestations de services afférentes aux mannequins"* » à laquelle devaient adhérer les agences (cote 237). Ladite convention était entérinée par arrêté préfectoral en application de l'arrêté ministériel modifié n° 25626 du 29 novembre 1968 relatif aux prix de tous les produits et de tous les services (cotes 9736 et 9737).
41. Ce régime de prix administrés des prestations de services afférentes aux mannequins était pris sous l'empire de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 relative aux prix et de l'ordonnance n° 45-1484 relative à la constatation, la poursuite et la répression des infractions à la réglementation économique.
42. Dans ce contexte de prix administrés, et comme l'a précisé la secrétaire générale du SYNAM dans un courrier adressé à la DGCCRF le 27 avril 2011, « *il fallait chaque année communiquer les tarifs qui devaient s'appliquer à l'époque à toutes les agences* » (cote 237).

La fin du système de prix administrés

43. Les deux ordonnances précitées ont été abrogées – respectivement au 1^{er} janvier 1987 et au 9 décembre 1986 – par l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence, mettant fin au régime des prix administrés.
44. À compter de cette date, la tarification des prestations d'agences de mannequins a relevé du principe de liberté des prix visé à l'article L. 410-2 du code de commerce, qui dispose à son premier alinéa : « *sauf dans les cas où la loi en dispose autrement, les prix des biens, produits et services relevant antérieurement au 1^{er} janvier 1987 de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 sont librement déterminés par le jeu de la concurrence* ».

3. LES MODALITÉS DE LA NÉGOCIATION COMMERCIALE ENTRE LES AGENCES DE MANNEQUINS ET LES CLIENTS-UTILISATEURS

a) Les modalités générales de la négociation tarifaire dans le secteur

45. Les modalités concrètes de négociation tarifaire ont été exposées par plusieurs responsables d'agences de mannequins :
- selon le dirigeant de l'agence Success, « *Les clients nous mettent en concurrence entre agences. Le client a un budget et la négociation se fait lors du choix du mannequin (...). Si notre proposition ne rentre pas dans le budget (...), la négociation peut porter sur les droits qui seront fixés mais aussi sur la journée de travail, sur les frais annexes. Le client peut soit demander un mannequin en particulier (...) soit plus largement un certain type de mannequin correspondant à un tarif T7, T8 (...). La négociation peut se faire aussi en acceptant de baisser la qualification du mannequin et passer d'un T9 à un T8 par exemple* » (cote 2364) ;
 - le directeur financier de l'agence IMG apporte des précisions quant au déroulement de la négociation commerciale selon le type de client : « *soit le client nous soumet un budget, qui est souvent déjà évalué en fonction de grilles qui leur sont propres (agences de publicité) et qui comprennent un tarif T7, T8,... et le montant des droits à l'image éventuellement. Dans ce cas nous lui proposons des mannequins pour le tarif qu'il demande ou bien il a une idée du mannequin qu'il veut et c'est là que la négociation commence (...). Soit les clients sont principalement des créateurs français et ce sont eux qui imposent un tarif (...)* » (cotes 3192 et 3193) ;
 - le président de l'agence Viva considère qu'il arrive que « *le client souhaite avoir un mannequin en particulier et il est possible à ce moment d'appliquer le tarif correspondant à sa qualification* » (cote 3386) ;
 - la présidente de l'agence Nathalie confirme les conditions de la négociation commerciale : « *Les clients utilisateurs ont souvent un budget et nous leur proposons des mannequins qui correspondent à leur budget (...). La tarification des mannequins T7, T8 etc. n'est pas une tarification fixe. Un mannequin peut être facturé T7 un jour puis T10 le lendemain pour redescendre ensuite à un T8* » (cotes 11423 et 3923) ;
 - enfin, la dirigeante de l'agence Marilyn et ancienne présidente du SAM puis du SYNAM, considère que la négociation à partir du budget du client est prépondérante tout en soulignant le caractère théorique de la classification du mannequin : « *Dans la plupart des cas, il s'agit plus d'une négociation, le client proposant un budget, en définissant des critères, et nous recherchons le mannequin qui correspond au budget et aux critères fournis (...). La qualification du mannequin telle qu'elle est définie par les textes (T7, T8, etc.) est très théorique puisqu'un même mannequin peut accepter en fonction de la nature du travail, du client, de l'exposition, de travailler à des taux de qualification différents* » (cotes 430 et 431).
46. Il découle de ces déclarations convergentes que la négociation tarifaire est le plus souvent contrainte par le budget du client. En fonction de ce budget, l'agence oriente le client vers une certaine catégorie de mannequins. Toutefois, la négociation peut porter – en accord avec le mannequin et en fonction de sa prestation – sur un éventuel déclassement ou un surclassement par rapport à sa catégorie réelle (par exemple un mannequin de classe T9 acceptera d'être rémunéré sur la base d'un T7), étant entendu que le dernier alinéa de l'article 9 de la convention collective du 22 juin 2004 autorise la négociation entre l'agence et le client-utilisateur sur la base d'un changement de classification du mannequin :

« L'agence pourra proposer au mannequin une prestation correspondant à une classification inférieure ou supérieure à celle qu'il a atteint précédemment à la condition que la rémunération corresponde à la rémunération brute minima telle que définie par les articles 6 et 9 de la présente convention, ainsi que par l'annexe 1. Le Mannequin restera libre de l'accepter » (cote 3950).

b) Les spécificités de la « Fashion Week »

47. Il existe une période spécifique dans le domaine du mannequinat, à savoir la « Fashion Week ». La « Fashion Week » de Paris fait partie des quatre principales semaines de défilés internationales, avec celles de Londres, de Milan et de New-York.
48. À Paris, les plus grandes marques de mode y présentent jusqu'à six collections par an. Il y a donc plusieurs « semaines » dans l'année, principalement deux réservées à la haute couture (janvier et juillet), deux à la mode masculine (janvier et juin) et deux autres au prêt-à-porter (mars et septembre), dont les dates sont déterminées par la Fédération française de la couture. Durant ces périodes, les « bookings » des mannequins pour les défilés s'insèrent dans des délais très restreints, parfois de quelques heures.
49. Ainsi, comme le relève un « booker » chez Elite Model Management, « Pour les fashion weeks, il est très rare de savoir pour qui les mannequins vont défiler bien en amont. C'est souvent à J-2, voire le jour-même ! » (cote 30284). De même, dans une interview accordée au journal Le Parisien, le directeur de casting de Jean-Paul Gaultier déclare que « La finalisation du casting s'effectue 24 heures à peine avant le défilé » (cote 30285).

C. LES ENTREPRISES ET ORGANISMES CONCERNÉS

1. LES SYNDICATS D'AGENCES DE MANNEQUINS

a) Le syndicat des agences de mannequins (SAM)

50. Sans pouvoir fournir de date précise de création de ce syndicat, la secrétaire générale du SYNAM a déclaré que le Syndicat des Agences de Mannequins (ci-après le « SAM ») aurait été créé « dans les années 70, fin 70 ou début 80 » (cote 8503).
51. Les documents versés au dossier attestent avec certitude de l'existence du SAM au moins à partir de 1986 :
 - publication d'une grille tarifaire du SAM pour l'année 1986 (cote 9744) ;
 - publication d'un rapport sur les mannequins et les agences de mannequins de janvier 1987 pour lequel le SAM a été consulté (cote 9743).
52. Le SAM a juridiquement disparu lors de sa fusion avec l'UNAM, le 6 février 2009.
53. En février 2009, le SAM était constitué des agences suivantes : Bananas Mambo, City, Elite, Ford, Karin, Marilyn, Metropolitan, Nathalie, Next, Success, Viva et Women (cotes 10201 et 10202).

b) L'Union nationale des agences de mannequins (UNAM)

54. L'Union nationale des agences de mannequins (ci-après, l'« UNAM ») est un syndicat d'agences de mannequins fondé en décembre 1992 et qui a juridiquement disparu lors de sa fusion avec le SAM, le 6 février 2009.
55. Son site indiquait qu'il était très largement majoritaire dans la profession parmi les agences disposant de la licence d'État (deux tiers de ces agences) et qu'il était le seul syndicat de la profession reconnu comme représentatif par les syndicats de salariés. Il regroupait « *à part égale, des agences parisiennes, des agences de grandes villes de province et des DOM-TOM, ainsi que la quasi-totalité des agences d'enfants* ».
56. En février 2009, l'UNAM était constitué des agences suivantes :
 - dix-sept agences parisiennes : Bout'chou, People, Crystal, Cute, DI, Dynamite, Frimousse, Happy, Idole, IMG, New Madison, Nouvelle Ere, Ovation, Profil, Rebecca, Smith & Smith et Women ;
 - douze agences de province : Art et Mode, Clas'Mode, Enjoy, Exception, Hourra, IPS, Kalao, Kwahéri, Perfect, Privilege, Sindy Bop et Zenith (cote 10200).

c) Le Syndicat National des Agences de Mannequins (SYNAM)

Création du SYNAM

57. Le SYNAM est, selon la présentation qui en est faite sur son site Internet, « *un syndicat professionnel qui regroupe une cinquantaine d'agences de mannequins situées en France métropolitaine et outre-mer, soit la très grande majorité de la profession tant par la part de marché générée, que par la notoriété des mannequins français et internationaux représentés* ».
58. Créé en février 2009, le SYNAM résulte de la fusion de l'UNAM et du SAM (cote 121). Le préambule des statuts du SYNAM précise les motifs de cette fusion, en invoquant l'unicité de la profession malgré la diversité des agences (profil, taille, localisation) : « *la création d'une entité syndicale unifiée, respectant les spécificités des membres, apparaît nécessaire pour défendre les intérêts collectifs et individuels des agences de mannequins. Pour cela il convenait de mettre en place une organisation qui réunisse les ressources, renforce et perpétue les moyens d'action et permette à tous les membres de trouver un support adapté à leurs besoins* » (cote 104).

Organisation du SYNAM

59. Le site Internet du SYNAM explicite les missions du syndicat : « *notre syndicat a pour vocation de fédérer les agences de mannequins afin de présenter un interlocuteur unique aux clients et à l'administration. Nous avons pour objet (...) l'information des professionnels de la communication et de la mode sur les modalités de mise à disposition des mannequins représentés par nos membres* ».
60. Aux termes de l'article 17 des statuts, le syndicat se compose d'un conseil d'administration, élu par l'assemblée générale, d'un bureau exécutif désigné en son sein par le conseil d'administration (composé notamment d'un président et d'un secrétaire général) et de quatre commissions, correspondant aux différents secteurs d'activité des agences membres (agences multi-activités et/ou internationales, films publicitaires, enfants et autres agences généralistes) (cote 109).

61. L'article 29 des statuts précise que l'assemblée générale – qui se compose de tous les membres à jour de leur cotisation – est « *l'organe souverain du syndicat* ». Aux termes de l'article 30, l'assemblée générale « *délibère sur toutes les questions inscrites à l'ordre du jour soit par le conseil soit par l'assemblée elle-même à la majorité des deux tiers* » (cote 115).

Membres du SYNAM

62. À la date de sa création, les membres du SAM et de l'UNAM sont devenus automatiquement membres du SYNAM, comme le prévoit l'article 37 des statuts du SYNAM adoptés lors de l'assemblée constitutive du 6 février 2009 : « *le principe de l'adhésion globale de tous les membres actuellement membres du SAM et de l'UNAM (a été adopté) sous réserve que chaque agence soit à jour du règlement de sa cotisation dans son syndicat initial* » (cote 118).
63. En décembre 2008, l'UNAM estimait que le nouveau syndicat représentait 80 % du chiffre d'affaires de la profession, 90 % des mannequins travaillant en agences et 100 % des mannequins internationaux travaillant en France (cote 10193).
64. En 2010, le SYNAM comptait 42 agences membres (cote 16810).

2. LES AGENCES MISES EN CAUSE

65. Le tableau qui suit présente les principales données relatives aux agences de mannequins membres du SYNAM destinataires de la notification de griefs :

Agence	N°RCS	Date de création	Appartenance syndicale avant le SYNAM	Date d'adhésion	Siège de l'agence	CA 2010
DI	722 034 899	1972	UNAM	1972	17 rue des Petits Champs 75 001 Paris	2 575 609
Angels	500 526 256	2007	non précisée	Avant 2010	34 rue du Fg Saint-Honoré 75 008 Paris	1 088 897
Art et Mode	451 427 108	2004	UNAM	2004	Parc d'activité La Ravoire 74370 Metz-Tessy	293 121
Bananas Mambo	345 251 565	1988	SAM	1988	9 rue Duphot 75 001 Paris	3 540 892
Bout'Chou	389 783 564	1993	UNAM	1993	22 rue Brey 75 017 Paris	143 161
City	519 525 323	2010	Néant	Sans objet	32 rue de Penthièvre 75 008 Paris	1 745 137
Crystal	331 037 705	1984	UNAM	1984	16 rue de la Grange Batelière 75009 Paris	3 917 660
Cute	328 747 571	1984	UNAM	1999	28 rue Cardinet 75 017 Paris	860 950
Dynamite	327 095 626	1983	UNAM	1983	41 rue Godot de Mauroy 75009 Paris	2 355 478

Elite	722 002 110	1972	SAM	avant 2010	19 av. George V 75 008 Paris	10 028 598
Enjoy	445 083 421	2003	UNAM	2005	27-29 av. Jean Médecin 06000 Nice	1 245 585
Exception	415 052 760	1998	UNAM	2000	34-36 Place Général de Gaulle 59000 Lille	581 189
Ford	399 789 056	1995	SAM	1995	3 rue de Choiseul 75 008 Paris	6 600 565
Frimousse	323 802 322	1982	UNAM	1999	8 rue de Ponthieu 75 008 Paris	2 127 703
Happy	447 548 272	2005	UNAM	2006	17 rue de Calais 75 009 Paris	1 132 277
Hourra	349 872 408	1989	UNAM	non précisée	Cedex 209- Chemin de la Charlotte 06330 Roquefort les pins	1 145 998
Idole	395 139 744	1994	UNAM	2004	3 rue du Cirque 75 008 Paris	513 511
IMG Models	324 031 137	1995	UNAM	2001	5 Bis Rue Mahias 92100 Boulogne- Billancourt (siège) 8 rue Danielle Casanova 75002 Paris (ét. secondaire)	28 899 682
IPS	379 697 519	2003	UNAM	non précisée	1 À Chemin de Tanneron 06530 Peymeinade	89 923
Karin	309 421 576	1977	SAM	non précisée	9 av. Hoche 75 008 Paris	8 312 604
Kwaheri	418 251 906	1998	UNAM	2000	95 rue Jules Auber 97400 Saint-Denis de La Réunion	122 422
Major	452 221 500	2004	néant	sans objet	14 rue Favart 75 002 Paris	2 509 095
Metropolitan	337 929 277	1986	SAM	non précisée	37 bis av. d'Iena 75 016 Paris	6 658 265
Marilyn	332 442 383	1985	SAM	non précisée	4 rue de la Paix 75 002 Paris	15 955 070
Nathalie	401 846 803	1995	SAM	1995	6 rue de Braque 75 003 Paris	4 585 561
New Madison	452 626 617	2004	UNAM	2008-2009	10 rue aux Ours 75003 Paris	4 133 855
Nouvelle Ere	449 766 690	2003	UNAM	2004	11 rue Bichat 75 010 Paris	2 131 432
Next	408 231 785	1996	UNAM	1996-2007	9 Bd de la Madeleine 75 001 Paris	2 897 415
Ovation	378 336 580	1990	UNAM	non précisée	37 rue des Mathurins 75 008 Paris	869 048
People	329 951 271	1983	UNAM	non précisée	34 bis rue Vignon 75 009 Paris	1 219 670

Perfect	401 130 935	1995	UNAM	1998	51 Bd de la Liberté 59 000 Lille	1 356 641
Privilege	495 232 357	avant 2007	UNAM	2009	Villa Maria Plain 102 Bd. De la Croisette 06400 Cannes	213 760
Profil	398 063 719	1994	UNAM	2005	11 Rue des Arquebusiers 75 003 Paris	1 536 937
Rebecca	349 832 733	1989	UNAM	1999	9 av. Hoche 75 008 Paris	3 720 896
Smith and Smith	423 364 546	1999	UNAM	2000	24 rue des Amandiers 75 020 Paris	526 869
Success	342 502 390	1987	SAM	1990	11 Rue des Arquebusiers 75 003 Paris	5 262 624
VIP	480 104 132	2005	néant	sans objet	1 rue Saint Antoine 75 004 Paris	2 240 775
Viva	327 203 923	1983	SAM	1988	15 rue Duphot 75 001 Paris	13 698 929
Women	423 649 607	1999	SAM UNAM	2003-2009 2000-2008	3 rue Meyerbeer 75 009 Paris	8 414 685
Zenith	411 589 575	1997	UNAM	non précisée	6 rue du Stade 67 207 Niederhausbergen	117 797
Total CA 2010						155 370 286

D. LES PRATIQUES RELEVÉES

1. L'ÉLABORATION ET LA DIFFUSION DE GRILLES TARIFAIRES SYNDICALES

66. Il ressort des éléments présents au dossier que le SYNAM et ses prédécesseurs (l'UNAM et le SAM) ont continué à élaborer et à diffuser, après la disparition du système de prix administrés en 1987, des grilles annuelles des tarifs des prestations d'agences de mannequins.

a) L'historique des grilles syndicales

67. Selon les déclarations du président et de la secrétaire générale du SYNAM, les grilles tarifaires correspondaient aux « *us et coutume de la profession depuis au moins les années 1980* » et constituaient le prolongement des tarifs déposés en préfecture sous l'empire du régime d'encadrement des prix (cotes 8504 à 8505).

68. Nonobstant la disparition du système de prix administrés, la secrétaire générale du SYNAM a indiqué que les « *professions concernées (Annonceurs, Agences de communication, sociétés de production, ...)* ont pris l'habitude, depuis cette période reculée, de consulter ces grilles pour établir leurs budgets prévisionnels en y intégrant le coût moyen de prestation du ou des mannequin(s) prévus dans leur budget » (cote 237). La persistance de l'élaboration

et de la communication des grilles par les syndicats successifs répondrait, selon le SYNAM, à une demande constante des clients.

b) Le contenu des grilles syndicales

69. Les grilles tarifaires diffusées par le SAM, l'UNAM, puis le SYNAM reprennent la catégorisation des prestations de mannequinat en deux grilles distinctes : l'une relative aux « prises de vue et tournage publicitaire-défilé » ; l'autre « rédactionnel ». Elles reprennent également la classification des mannequins en classes, allant de T7 à T50, ainsi que la classification « lettre » de A à G, prévues par la convention collective du 22 juin 2004. Il existe par ailleurs une grille spécifique pour les enfants, détaillée selon la nature de la prestation et la tranche d'âge (enfants ou juniors) (cote 11230).
70. Les tarifs sont déclinés pour chaque catégorie de prestations selon la classification conventionnelle des mannequins et en fonction du nombre d'heures de prestations.
71. Sont présentes au dossier les grilles tarifaires annuelles suivantes :
- pour le SAM : les années 1986 à 1995, 1997, 1998, 2003 et 2005 (cotes 9843 à 9867) ;
 - pour l'UNAM (créée en 1992) : les années 1998 et 2000 à 2009 (cotes 9822 à 9841, cotes 11231 et 11232 et cote 25) ;
 - pour le SYNAM : les années 2010 et 2011 (cotes 171 et 172, cote 11230).
72. À titre d'illustration, la grille tarifaire du SYNAM pour l'année 2010 est reproduite ci-après (cotes 171 et 172) :

SYNAM
Syndicat National des Agences de Mannequins

TARIFS PRESTATIONS ADULTES France 2010

Ces tarifs s'entendent Hors Taxes et comprennent toutes les charges et la commission d'Agence. Ils sont calculés à partir des salaires prévus par la Convention Collective conclue le 22 juin 2004 entre les partenaires sociaux le S.A.M et l'U.N.A.M (dispositions reprises depuis le 6 février 2009 par le SYNAM en lieu et place du S.A.M et de l'U.N.A.M) et du pourcentage moyen pratiqué au sens de l'Article L.7123-7 du Code du Travail. Ils incluent la cession des droits pour la Presse ou les catalogues VPC pour un an en France. Tout autre droit de reproduction nécessite un accord et une négociation préalable avec l'agence.

**PRISE DE VUES PUBLICITAIRE
TOURNAGE PUBLICITAIRE
DEFILE**

	7	8	9	10	12	15	20	25	30	35	40	45	50
2H	527	620	816	991	1 189	1 486	1 982	2 477	2 973	3 468	3 964	4 459	4 955
3H	759	896	1 185	1 453	1 743	2 179	2 906	3 632	4 359	5 085	5 812	6 538	7 265
4H	991	1 172	1 554	1 915	2 297	2 872	3 830	4 787	5 745	6 702	7 660	8 617	9 575
5H - 1 Jour	1 223	1 448	1 923	2 377	2 851	3 565	4 754	5 942	7 131	8 319	9 508	10 696	11 885
HS	232	276	369	462	554	693	924	1 155	1 386	1 617	1 848	2 079	2 310
	7	8	9	10	12	15	20	25	30	35	40	45	50

U00C75



Syndicat National des Agences de Mannequins

TARIFS PRESTATIONS ADULTES France 2010

Ces tarifs s'entendent Hors Taxes et comprennent toutes les charges et la commission d'Agence. Ils sont calculés à partir des salaires prévus par la Convention Collective du 22 juin 2004 conclue entre les partenaires sociaux le S.A.M et l'U.N.A.M (dispositions reprises depuis le 6 février 2009 par le SYNAM en lieu et place du S.A.M et de l'U.N.A.M) et du pourcentage moyen pratiqué au sens de l'Article L. 7123-7 du Code du Travail. Ils sont applicables aux prises de vues réalisées à la demande des utilisateurs de la Presse écrite exclusivement, qu'elle soit quotidienne, hebdomadaire, mensuelle ou trimestrielle, régionale, nationale ou internationale afin d'illustrer un artiste rédactionnel.

Aucune autre prestation ne peut correspondre à ces tarifs.

REDACTIONNEL

	A	B	C	D	E	F	G
1H	133	155	168	198	226	246	296
2H	207	247	280	335	390	427	528
3H	281	339	392	472	554	608	760
4H	355	431	504	609	718	789	992
5H - 1 Jour	429	523	616	746	882	970	1 224
HS	74	92	112	137	164	181	232
	A	B	C	D	E	F	F

- 73. Le commentaire de présentation de la grille précise la base de calcul des tarifs ainsi que les coûts pris en compte : « ces tarifs s'entendent hors taxes et comprennent toutes les charges et la commission d'Agence. Ils sont calculés à partir des salaires prévus par la Convention collective conclue le 22 juin 2004 entre les partenaires sociaux, le SAM et l'UNAM (dispositions reprises depuis le 6 février 2009 par le SYNAM en lieu et place du SAM et de l'UNAM) et du pourcentage moyen pratiqué au sens de l'article L. 7123-7 du code du travail » (cote 171).
- 74. Pour la grille afférente aux défilés ainsi qu'aux prises de vue ou tournages publicitaires, les tarifs « incluent la cession des droits pour la Presse ou les catalogues VPC pour un an en France » (cote 171).
- 75. Les grilles diffusées par le SAM et l'UNAM sont similaires, la principale différenciation portant sur l'étendue de la classification des mannequins qui est limitée à 4 classes par le SAM (7 à 10) et qui a été élargie au-delà de la classe 10 par l'UNAM (puis par le SYNAM), comme en témoignent les grilles reproduites ci-après :
 - grille du SAM pour l'année 2005 (cote 9867) :

(Prix moyens et indicatifs pratiqués par les agences de mannequins)
Ces prix s'entendent hors taxes et comprennent toutes les charges et la commission d'agence.

PRESSE 2005

TARIF CONSEILLE	A/1	B/2	C/3	D/4	E/5	F/6	G/7
1 h	109	129	145	169	194	210	257
2 h	179	211	244	290	339	369	462
3 h	245	292	341	412	483	528	665
4 h	310	374	439	533	627	688	870
5 h	375	455	535	653	770	846	1072
Heure sup.	65	80	98	119	143	157	203

Journée de travail de 5 à 8 heures, facturée par forfait de 5 heures.
 Au-delà de 8 heures de présence, toute heure supplémentaire sera facturée en sus.
**Ces tarifs comprennent les droits de presse rédactionnelle pour 12 mois en France exclusivement
 et ne comprennent aucune cession de droits pour la publicité.**
**La revente des photos (ou la cession au sein d'un même groupe) à un titre de magazine français ou
 étranger est soumise à une négociation préalable avec l'agence.**

PUBLICITE 2005

TARIF CONSEILLE	DE / 7	PRO / 8	T.M / 9	H.C / 10
2 h	462	542	711	864
3 h	665	783	1032	1268
4 h	870	1025	1353	1670
1 jour	1072	1 268	1675	2074
Heure sup.	203	242	321	403

Journée de travail de 5 à 8 heures, facture par forfait de 5 heures.
 Au-delà de 8 heures de présence, toute heure supplémentaire sera facturée en sus.
**DROITS PRESSE OU CATALOGUE VPC CEDES POUR 12 MOIS EN FRANCE EXCLUSIVEMENT
 (à l'exclusion de tous documents distribués sur lieux de vente).**
**Tous autres droits de reproduction feront l'objet d'une négociation et d'un accord préalable avec
 l'agence.**

- grille de l'UNAM pour l'année 2005 (cotes 9832 et 9833) :



TARIFS PRESTATIONS ADULTES France 2005

Ces tarifs s'entendent Hors-Taxes et commission d'Agence incluse

Seuls les droits pour la Presse France 1ère année et pour les catalogues VPC sont inclus dans le tarif de la prise de vue.

DEFILES - PRISE DE VUE & TOURNAGE PUBLICITAIRES

	7	8	9	10	12	15	20	25	30	35	40	45	50
2H	457	537	703	864	1 037	1 296	1 728	2 160	2 592	3 024	3 456	3 888	4 320
3H	659	777	1 023	1 267	1 520	1 901	2 534	3 168	3 801	4 435	5 068	5 702	6 335
4H	861	1 017	1 343	1 670	2 004	2 505	3 340	4 175	5 010	5 845	6 680	7 515	8 350
5H	1 063	1 257	1 663	2 073	2 488	3 110	4 146	5 183	6 219	7 256	8 292	9 329	10 365
HS	202	240	320	403	484	605	806	1 008	1 209	1 411	1 612	1 814	2 015
	7	8	9	10	12	15	20	25	30	35	40	45	50



TARIFS PRESTATIONS ADULTES France 2005

Ces tarifs s'entendent Hors-Taxes et commission d'Agence incluse

REDACTIONNEL

€

	A	B	C	D	E	F
2H	180	210	243	291	337	368
3H	245	291	340	411	481	527
4H	310	372	437	531	625	686
5H	375	453	534	651	769	845
HS	65	81	97	120	144	159
	A	B	C	D	E	F

76. Lors d'une audition par la DGCCRF le 14 octobre 2010, la secrétaire générale du SYNAM a précisé que les tarifs des grilles syndicales « sont composés du salaire brut des mannequins fixé par la convention collective, plus les congés payés, les charges patronales, plus la commission d'agence (maximum 20%). La marge brute de l'agence est d'environ 30% » (cote 99).
77. Plusieurs documents présents au dossier permettent de constater que les syndicats ont ainsi élaboré et communiqué à leurs adhérents des grilles tarifaires distinctes des tableaux de rémunérations minimales des mannequins :

Document	Grilles des minimas sociaux	Grilles tarifaires syndicales
Procès-verbal du conseil d'administration de l'UNAM du 15 décembre 2006 (cote 10099)	« 9 Réunion NAO (Négociation annuelle obligatoire) du 11/12/2006 pour les rémunérations minima 2007 : Cette réunion a décidé d'une augmentation de 2,2% pour 2007. Le tableau en résultant figure en annexe du présent compte rendu »	« 10. Prix de vente des prestations 2007 : (...) ils sont comme chaque année mis en ligne à partir du 2 janvier 2007 »
Procès-verbal d'AGO de l'UNAM de l'UNAM du 15 février 2008 (cote 10158)	« tableaux des rémunérations minima mannequins 2008 »	« communication des tarifs de vente 2008 »

Document	Grilles des minimas sociaux	Grilles tarifaires syndicales
Rapport d'activité du SYNAM depuis sa création au 1er décembre 2009 (cote 10291)	« quelques informations pratiques vous recevrez. Avant Noël : Les tableaux des tarifs de prix de vente Les tableaux des rémunérations minima adultes et enfants »	« quelques informations pratiques vous recevrez. Avant Noël : Les tableaux des tarifs de prix de vente Les tableaux des rémunérations minima adultes et enfants »
Courriels du 17 janvier 2011 du SYNAM aux agences de mannequins membres (cotes 9929 à 9932 et cote 9925 à 9927)	Courriel intitulé « rémunérations minima NAO 2011 » « Bonsoir, lors de la réunion de la NAO (Négociation Annuelle Obligatoire) de ce jour, 17 janvier 2011, les partenaires sociaux de la Convention Collective N° 2397 ont accepté les augmentations des rémunérations minima telles que proposées et décidées par le Conseil d'Administration du SYNAM le 08 décembre 2010, soit: T 7 +0,5% - T 8 à T10 +1,5% - Tarifs Presse rédactionnelle A à G +1,5%. Par ailleurs, le recommandation de la commission enfants d'une augmentation de 2% a été validée. Veuillez trouver ci-joint les annexes 1 et 2 »	Courriel intitulé « PRIX PRESTATIONS » « Bonsoir, conformément à ce qui vous a été indiqué dans le mail envoyé le 13 décembre dernier, les prix de vente des prestations, moyens et indicatifs, suivent les augmentations des rémunérations minima qui ont été négociées ce jour. Ils sont annexés à ce mail et seront mis en ligne sur le site du SYNAM avant la fin de cette semaine »
Procès-verbal d'audition de la secrétaire générale du SYNAM du 18 avril 2013 (cote 8508)	« La diffusion des tarifs indicatifs a cessé début 2011. Nous ne communiquons plus que la NAO ».	« La diffusion des tarifs indicatifs a cessé début 2011. Nous ne communiquons plus que la NAO ».

78. Les grilles syndicales pour les prestations « *défilé, prises de vue et tournage publicitaires* » T7 à T10 peuvent d'ailleurs être comparées à celles résultant des minimas sociaux conventionnels pour la période 2004 à 2011 :

Salaires minima bruts 2004-2011 selon la classification des mannequins

Salaire brut minimum / 2H	T7	T8	T9	T10
2004	144	178	234	290
Variation annuelle	+9,7%	+2,2%	+1,7%	+2,1%
2005	158	182	238	296
Variation annuelle	+2,5%	+2,2%	+2,5%	+2%
2006	162	186	244	302
Variation annuelle	+2,5%	+2,2%	+2,5%	+2%
2007	166	190	250	308
Variation annuelle	+2,4%	+2,1%	+2,4%	+3,2%
2008	170	194	256	318
Variation annuelle	+1,2%	+1%	+0,8%	+1,3%
2009	172	196	258	322
Variation annuelle	+0,6%	+0,5%	+0,5%	+0,5%
2010	173	197	259,4	323,60
Variation annuelle	+0,6%	+1,5%	+1,5%	+1,5%
2011	174	200	263,30	328,40
Variation sur la période (2011/2004)	+20,8%	+12,4%	+12,5%	+13,2%

Tarifs 2004 à 2011 selon la classification des mannequins (prestation de 2h)

Tarifs / 2H	T7	T8	T9	T10
2004	448	526	686	839
Variation annuelle	+2%	+2,1%	2,5%	+3%
2005	457	537	703	864
Variation annuelle	+4,2%	+3,9%	+4,1%	+3%
2006	476	558	732	890
Variation annuelle	+2,9%	+3%	+3%	+3%
2007	490	575	754	917
Variation annuelle	+2,4%	+2,6%	+3,1%	+2,9%
2008	502	590	777	944
Variation annuelle	+3%	+3,1%	+3%	+3%
2009	517	608	800	972
Variation annuelle	+1,9%	+2%	+2%	+2%
2010	527	620	816	991
Variation annuelle	+0,6%	+1,5%	+1,5%	+1,5%
2011	530	629	828	1006
Variation sur la période (2011/2004)	+18,3%	+19,6%	+20,7%	+19,9%

79. La comparaison de ces deux tableaux révèle que les grilles syndicales ne se contentaient pas de reprendre les minima salariaux conventionnels mais proposaient un tarif de prestation environ trois fois plus élevé. En outre, l'évolution des tarifs syndicaux ne suivait pas systématiquement celle des salaires résultant des NAO.
80. À titre d'exemple, pour l'année 2010, le salaire minimum brut pour une classification T7 était de 173 euros pour 2 heures, tandis que le tarif syndical s'établissait à 527 euros, soit plus de 3 fois le salaire minimum brut.
81. Il découle de ces constatations que les tarifs élaborés et diffusés par le SAM, l'UNAM, puis le SYNAM ne constituaient pas la simple reprise des règles salariales applicables aux

prestations de mannequinat, mais établissaient en commun le prix total demandé au client, incluant non seulement la rémunération du mannequin mais également la marge de l'agence.

c) La portée des grilles syndicales

Le caractère annuel des grilles syndicales

82. Les grilles publiées par le SAM, l'UNAM puis le SYNAM avaient une portée annuelle. Elles étaient diffusées par les syndicats par courrier, par courriel et *via* leur site Internet (cotes 9925 à 9927, cote 2845, cote 10099, cote 3984, cote 8717, cote 11215).
83. Les premières grilles diffusées par le SAM précisait les dates d'application des tarifs allant du 1^{er} janvier au 31 décembre de chaque année (à titre d'illustration, pour la grille de l'année 1987 : « *applicables à compter du 1^{er} janvier 1987 et jusqu'au 31 décembre 1987* » (cote 9843)). Cette mention a cependant été supprimée des grilles du SAM à compter de 1992. Les grilles diffusées par l'UNAM, puis le SYNAM ne précisait quant à elles que l'année d'application (« *Tarifs 2000* » (cote 9823), « *Tarifs prestations adultes France 2006* » (cote 9836), etc.).
84. Le procès-verbal du conseil d'administration de l'UNAM du 15 décembre 2006 précisait sur ce point que les tarifs sont « *comme chaque année mis en ligne à partir du 2 janvier 2007* » (cote 10099).

L'impact des grilles tarifaires sur la politique commerciale des agences

Des tarifs présentés comme indicatifs

85. S'agissant des grilles tarifaires diffusées par le SAM, les tarifs étaient présentés jusqu'en 1991 comme les tarifs « *applicables* » et « *conseillés* » (cotes 8817 et 9843 à 9851). À compter de 1992, l'intitulé de la grille diffusée par le SAM faisait état de « *prix moyens et indicatifs pratiqués par les agences de mannequins* » et « *tarif conseillé* » (cote 9852 à 9867).
86. S'agissant des grilles tarifaires diffusées par l'UNAM pour les années 1998 et 2000, les tarifs étaient présentés comme « *indicatifs* », la grille de 1998 contenant la mention suivante : « *chaque agence étant libre de fixer ses propres tarifs* » (cotes 9822 et 9823). À compter de l'année 2001, la mention du caractère indicatif des tarifs a disparu (cotes 9824 à 9841).
87. À l'instar des dernières grilles de l'UNAM, les grilles tarifaires diffusées par le SYNAM ne précisait ni la nature ni le niveau d'obligation des tarifs, avec la mention suivante : « *ces tarifs s'entendent hors taxes et comprennent toutes les charges et la commission d'Agence* ».
88. Interrogée sur la portée de ces tarifs par les enquêteurs de la DGCCRF, la secrétaire générale du SYNAM a confirmé que les grilles tarifaires étaient « *des tarifs moyens* » et qu'elles étaient diffusées « *à titre indicatif* » afin de satisfaire la demande des clients « *pour pouvoir établir leur budget* ». Elle a néanmoins précisé que le syndicat souhaitait « *que toutes les agences les appliquent, [car] cela signifierait que les mannequins seraient rémunérés justement et cela leur permettrait de conserver une rémunération minima* » (cote 99). De même, dans le cadre de son audition par les services d'instruction le 18 avril 2013, la secrétaire générale du SYNAM confirmait que la « *diffusion était effectuée, à titre indicatif, aux membres des syndicats (SAM, UNAM, SYNAM) qui l'utilisaient comme base de négociation avec leurs clients pour établir leur budget* » (cote 8505).

89. La majorité des agences interrogées a confirmé – en réponse à un questionnaire adressé par les services d’instruction sur la portée des grilles diffusées – considérer comme indicatifs les tarifs figurant sur les grilles syndicales.

L’ambiguïté maintenue sur le caractère officiel de la grille tarifaire

90. Malgré leur caractère indicatif, les tarifs issus des grilles étaient présentés comme permettant d’assurer le respect par les agences et les clients-utilisateurs des dispositions légales ou conventionnelles en matière de rémunération minimale des mannequins : « *ces tarifs (...) sont calculés à partir des salaires prévus par la Convention collective conclue le 22 juin 2004 entre les partenaires sociaux, le SAM et l’UNAM (dispositions reprises par le SYNAM en lieu et place du SAM et de l’UNAM) et du pourcentage moyen pratiqué au sens de l’article L. 7123-7 du Code du Travail* » (cotes 171 et 172).
91. De même, le procès-verbal du conseil d’administration du 15 décembre 2006 de l’UNAM affirmait que « *ces prix de vente correspondent donc aux niveaux salariaux qui doivent figurer sur les contrats de travail et de mises à disposition* » (cote 10099).
92. Lors du conseil d’administration du SYNAM du 8 décembre 2010, il a également été indiqué « *les tarifs pour la facturation des prestations des mannequins aux clients sont désormais chaque année réévalués après et en fonction de la négociation annuelle des salaires minima avec les partenaires sociaux* » (cote 2395).
93. Cette confusion entre les minima salariaux et les grilles tarifaires se retrouve en outre dans les déclarations des agences de mannequins.
94. L’agence Nouvelle Ere a ainsi indiqué aux services d’instruction qu’elle considérait les tarifs syndicaux comme correspondant aux salaires bruts minima devant être respectés eu égard à la législation du travail et à la convention collective (cote 10567).
95. L’agence Next a fait une déclaration similaire en indiquant : « *Nous considérons les tarifs figurant sur la grille syndicale comme des prix correspondant aux salaires bruts minima et des prix à respecter eu égard à la législation du travail et à la convention collective* » (cote 9114).
96. Comme l’a indiqué le directeur financier de l’agence Ford, « *il existe aujourd’hui une confusion entre les taux de salaire minima par qualification (T7, T8, etc.) des mannequins, définis par la convention collective et renégociés tous les ans et les tarifs existant aujourd’hui, diffusés par le SYNAM qui sont des tarifs d’agence* » (cote 1814).
97. Au surplus, le caractère annuel des grilles tarifaires, dont la diffusion était concomitante aux résultats de la NAO, a pu favoriser la confusion entre l’évolution des minima salariaux et celle des tarifs syndicaux.
98. Ainsi, selon le témoignage de divers responsables d’agences, l’évolution annuelle des minima salariaux résultant de la négociation salariale annuelle constituait le facteur déterminant de l’évolution des tarifs syndicaux. Le président directeur général de l’agence Success a ainsi déclaré que « *l’augmentation annuelle des tarifs SYNAM est, il me semble, basée sur l’augmentation annuelle des salaires des mannequins* » (cote 2363). De même, la présidente de l’agence Marilyn a indiqué, au sujet des tarifs du SYNAM : « *Chaque année le SYNAM se réunit avec les syndicats de salariés pour les augmentations de salaires mannequins pour l’année suivante. A partir de cette négociation, le SYNAM calcule le montant minimum indicatif que le client devra verser pour pouvoir respecter le minimum qui doit être versé au mannequin* » (cote 430).

L'utilisation de la grille syndicale par les agences

99. Plusieurs agences ont déclaré utiliser les grilles tarifaires diffusées par le SAM et l'UNAM, puis le SYNAM, comme base de référence pour les négociations avec les clients. Ainsi, à la question posée par les services d'instruction « *Utilisez-vous la grille comme base de référence ?* », ont répondu positivement les agences suivantes : : Nathalie (cote 11215), Idole (cote 13558), Zenith (cote 11148), Nouvelle Ere (cote 10567), Profil (cote 9417, « *comme base de négociation* »), Privilege (cote 8780), Hourra (cote 9388), Bout'Chou (cote 9152), Bananas Mambo (cote 8800), DI (cote 8898) et Happy (cote 8920).
100. En outre, il ressort des pièces du dossier que certaines agences membres du syndicat se sont appropriées la grille syndicale en adoptant – sous couvert d'une grille propre – les niveaux de tarification du syndicat. Plusieurs agences indiquant disposer de grilles tarifaires propres ont en effet communiqué aux services d'instruction une grille identique à celle du SYNAM mais établie au nom de l'agence ou selon une mise en forme distincte.
101. Le tableau ci-dessous reprend la liste des agences ayant retenu une tarification similaire aux grilles syndicales sur les années 2007 à 2010 :

Agence	Appropriation de la grille syndicale	Cotes
Art et Mode	Grille 2009	N° 8951
	Grille 2010	N° 8250
Elite	Grille 2009	N° 9377
	Grille 2010	N° 9377
Ford	Grille 2009	N° 13639
	Grille 2010	N° 13640
Next	Grille 2010	N ° 7205-7207
Profil	Grille 2010	N° 9422-9423
Success	Grille 2010	N° 9403-9404
VIP	Grille 2010	N° 1367
Women	Grille 2007	N° 9143
	Grille 2008	N° 9144
	Grille 2009	N° 9145
	Grille 2010	N° 9146

102. Ces grilles reprennent les niveaux tarifaires figurant sur les grilles diffusées par l'UNAM et/ou le SYNAM. Elles peuvent toutefois s'en distinguer formellement, en mentionnant, par exemple, en sus du tarif de vente, le salaire-plancher des mannequins imposé par la législation (voir notamment cotes 1367 ou 9422 et 9423). D'autres adoptent une présentation fusionnée de la grille, quel que soit le type de prestation, alors que le SYNAM diffuse une grille pour chacun des principaux types de prestations (voir notamment cotes 7205 à 7207).
103. Enfin, dans le contexte des « *Fashion Weeks* » – où les négociations entre les agences de mannequins et leurs clients sont fortement contraintes puisque les maisons de mode ont besoin d'employer un très grand nombre de mannequins dans des délais très courts – le recours aux grilles syndicales est quasi systématique et les tarifs sont peu ou pas négociés.
104. À cet égard, les agences Ford (cotes 26936 à 26 938) et Viva (cotes 27055 à 27 059) ont fourni dans leurs observations plusieurs exemples indiquant que les tarifs syndicaux étaient utilisés de manière quasi systématique durant les périodes de « *Fashion Week* ».
105. Ainsi, les grilles tarifaires syndicales ont structuré la politique de prix des agences, quel que soit le type de négociation aboutissant au prix effectif.

L'habitude des clients-utilisateurs de se référer aux grilles syndicales pour déterminer leurs budgets prévisionnels

106. Comme indiqué au paragraphe 88, les clients-utilisateurs se référaient aux grilles syndicales pour déterminer leurs budgets prévisionnels, en y insérant le coût moyen de prestation du mannequin prévu dans leur projet. Cette habitude remonte à la période où « *il fallait chaque année communiquer [à l'administration] les tarifs qui devaient s'appliquer à l'époque à toutes les agences* » (cote 237).
107. Ces tarifs étaient considérés par les clients-utilisateurs comme des « *tarifs planchers* » (cote 266) ou encore comme des « *préconisations de tarifs* » (cote 241).
108. Aussi, le retrait par le SYNAM de sa grille tarifaire pour l'année 2011 a été déploré par certains clients-utilisateurs, qui s'en sont plaints auprès du SYNAM (cotes 240 à 267). Ainsi, la société Zorba Production a écrit en mars 2011 au SYNAM : « *Dans le cadre de la préparation de mes devis, j'avais l'habitude de m'appuyer sur votre grille de prestations des mannequins qui ne figure plus sur votre site. Y a-t-il une remise à jour de ces tarifs planchers ? Pourriez-vous me communiquer une grille de base ?* » (cote 266).
109. C'est d'ailleurs ce qu'avait anticipé la secrétaire générale du SYNAM lorsqu'elle a informé la DGCCRF que le syndicat avait enlevé de son site Internet les grilles tarifaires, en février 2011 : « *Cependant, nous n'hésiterons pas à vous communiquer, pour votre information et l'établissement de votre rapport sur notre activité, les demandes des clients qui ne manqueront pas de nous solliciter à la suite de la suppression de ces données indicatives qui leur permettaient d'établir leurs budgets prévisionnels* » (cote 37).
110. De même, la tentative de l'agence Ford de se désolidariser de la grille 2011, en augmentant ses tarifs au-delà de la variation préconisée par le syndicat en janvier 2011, l'a amenée, sous la pression de certains de ses clients, à s'aligner sur la hausse tarifaire conseillée.
111. Le client Vente-privée.com a en effet contesté auprès du SYNAM le droit des agences Ford et Bananas Mambo de pratiquer une hausse tarifaire jugée excessive : « *toutes [les agences] suivent vos nouvelles préconisations de tarifs, excepté Ford et Bananas qui augmentent considérablement leurs tarifs (T7 à 1247€ et T8 à 1477€). Sont-elles dans leur droit ?* » (cote 241) et a opposé à l'agence Ford la modération des tarifs des autres agences qui serait conforme à l'évolution de la « *grille officielle que vous "conseille" le SYNAM* » (cote 1828).
112. Le directeur financier de Ford a précisé dans un procès-verbal du 7 février 2011 que la tentative de l'agence « *d'augmenter les prix au mois de janvier [2011], sans attendre la diffusion du SYNAM (...) a posé des problèmes en termes de concurrence vis-à-vis des clients* » pour en conclure que, suite aux plaintes des clients « *de ne pas retrouver les mêmes tarifs que dans les autres agences. Nous avons donc été contraints de nous aligner sur la grille du SYNAM* » (cote 1814).
113. Il est ainsi constaté que les grilles syndicales, qui ont fait parfois l'objet d'une appropriation directe par les agences, ont servi de base de départ à la négociation commerciale avec les clients et ont pu conduire à niveler les tarifs entre agences.

d) L'intervention de la DGCCRF et la suppression des grilles tarifaires par le SYNAM

114. Le SYNAM a mis fin à la pratique d'élaboration et de diffusion de grilles tarifaires à la suite de l'intervention de la DGCCRF.

115. En effet, par courrier du 27 octobre 2010, la secrétaire générale du SYNAM a informé ses membres qu'elle avait été auditionnée par les enquêteurs de la DGCCRF en précisant que « *afin de respecter la législation concernant la concurrence, nous veillerons cependant à ce qu'aucune discussion concernant les prix n'ait lieu lors de nos assemblées et réunions* » (cotes 9890 et 9891). De même, à l'occasion de la réunion du conseil d'administration du SYNAM en date du 8 décembre 2010, la question des conséquences de l'intervention de la DGCCRF a été discutée : « *Conséquence pratique : Un respect total de la législation doit être désormais en vigueur au SYNAM, sous peine de procédure pouvant également toucher les membres adhérents du syndicat. Plus aucune évocation de tarifs et autres données financières lors des réunions* » (cotes 2394 et 2395).
116. Néanmoins, selon l'interprétation du SYNAM, « *A ce jour la DGCCRF n'a pas dit de ne plus afficher des grilles pour les prestations* » (cote 2395), raison pour laquelle le syndicat a transmis à ses membres, dans un courriel du 17 janvier 2011, les nouveaux tarifs de vente 2011 (cotes 9925 à 9927).
117. Par un courriel du 9 février 2011, le SYNAM a informé ses membres de sa décision de supprimer la grille tarifaire syndicale : « *en référence au courrier qui vous avait été adressé par mail le 27 octobre dernier et suite à des contrôles ayant eu lieu dans de nombreuses agences, le SYNAM a dû supprimer toutes indications tarifaires sur la page "prestations" du site internet* » (cotes 9935 et 9936). Le SYNAM a confirmé cette suppression à la DGCCRF par courriel du 11 février 2011 : « *le Bureau du SYNAM a suivi votre préconisation et a effacé les données tarifaires recommandées présentes sur le site de notre syndicat* » (cote 37).
118. Ainsi, et comme cela ressort également des déclarations de la secrétaire générale du SYNAM à l'occasion de son audition par les services d'instruction le 18 avril 2013, « *la diffusion des tarifs indicatifs a cessé début 2011. Nous ne communiquons plus que la NAO* » (cote 8508).
119. Les diverses relances de clients d'agences sur les nouveaux tarifs, entre février et avril 2011, confirment la fin de la diffusion des grilles au cours du premier trimestre 2011 (cotes 240 à 267).
120. Le point du compte-rendu de l'assemblée générale du SYNAM du 22 mars 2012 consacré aux « *grilles tarifs vente des prestations des mannequins et rémunérations minima* » rappelle que « *depuis 2011 chaque agence doit émettre ses propres tarifs de vente des prestations de ses mannequins* » et qu'« *il n'existe plus de tarifs recommandés par le SYNAM* » (cote 10433).
121. De même, le compte-rendu du conseil d'administration du SYNAM du 13 février 2012 confirme, à propos des « *tarifs de vente des agences* », « *que désormais (depuis la convocation du SYNAM par la DGCCRF en octobre 2010) chaque agence émet sa propre grille de tarifs de vente T7, T8, T9 et T10 etc.* » (cote 10408).
122. Il est ainsi constaté que l'élaboration annuelle et la diffusion de grilles tarifaires afférentes aux prestations d'agences de mannequins par le SAM, l'UNAM puis le SYNAM a pris fin au cours du premier trimestre 2011.

2. L'IMPLICATION DES AGENCES MEMBRES DANS LES PRATIQUES RELATIVES AUX GRILLES TARIFAIRES

123. Les éléments présents au dossier permettent de constater l'implication, lors de plusieurs réunions, des agences de mannequins dans le processus d'adoption et de diffusion des grilles tarifaires syndicales.

a) L'implication des agences dans le processus d'adoption des grilles tarifaires

124. Selon le SYNAM, « *il n'y a pas de processus interne d'adoption de la grille tarifaire, mais cela dépend de la NAO qui doit être idéalement négociée au 4^{ème} trimestre précédent l'année pour une extension au 1er trimestre de l'année suivante* » (cote 8506).

125. Toutefois, cette affirmation est contredite par plusieurs déclarations convergentes d'agences. Ainsi, en réponse à la question « *L'actualisation des tarifs de la grille syndicale (SYNAM, SAM ou UNAM) était-elle adoptée en assemblée générale ?* » :

- l'agence DI a précisé que l'actualisation de la grille était adoptée « *une fois par an en assemblée générale* » (cote 8897) ;
- l'agence Zenith a indiqué que l'actualisation des tarifs était effectuée « *tous les ans à l'occasion de l'AG* » (cote 11147) ;
- l'agence Nathalie a déclaré que « *L'actualisation des tarifs des grilles du SAM et du SYNAM était discutée en Assemblée Générale, une fois par an* » (cote 11215) ;
- les agences Idole, Nouvelle Ere, Privilège et Bananas Mambo ont elles aussi confirmé l'actualisation des tarifs en assemblée générale (cotes 13557, 10566, 8779 et 8799) ;
- l'agence Rebecca, qui a précisé ne pas participer à toutes les assemblées générales, a néanmoins admis le principe de l'adoption de la grille tarifaire en assemblée générale annuelle (cote 8878).

126. En revanche, quelques agences ont indiqué que les tarifs étaient simplement présentés en assemblée générale. L'agence Dynamite a ainsi indiqué : « *Nous évoquons chaque année l'érosion des tarifs mais nous n'adoptons pas si je me souviens bien les tarifs en AG. Nous en discussions non pour nous entendre mais comme retour d'expérience* » (cote 9220).

127. Toutefois, les éléments présents au dossier viennent contredire cette affirmation et montrent au contraire que les grilles tarifaires ont bien fait l'objet d'un vote en assemblée générale. Un vote est ainsi intervenu lors de l'assemblée générale du SYNAM du 7 décembre 2009 comme démontré par un courriel du 9 décembre 2009 adressé par le SYNAM à ses adhérents à propos de la hausse applicable aux tarifs 2010 : « *suite à la décision d'augmentation de 2% des prix de vente des prestations adultes et enfants, décision votée à l'assemblée générale de lundi dernier, je vous prie de trouver en annexe les trois tableaux de tarifs* » (cote 3984).

b) Les éléments relatifs aux réunions de l'UNAM et du SYNAM

Les réunions de l'UNAM

L'assemblée générale de l'UNAM du 4 février 2005

128. Le procès-verbal de cette assemblée indique : « *[le président] aborde le sujet des tarifs de vente 2005, lesquels figurent sur le site de l'UNAM. L'augmentation a été modérée, les tarifs*

presse, 7 et 8 ayant été augmentés de 2%, le tarif 9 de 2,5% et le T10 de 3%. Le souci était de ne pas augmenter trop les tarifs les plus bas » (cote 10055).

129. En outre, quelques discussions portant sur les grilles enfants sont intervenues et ont concerné quelques agences spécialisées sur ce segment de marché (cotes 10055 et 10056).
130. Le procès-verbal de l'assemblée générale de l'UNAM atteste de la participation à cette réunion des agences suivantes : Aldebaran, People, Crystal, Cute, DI, DMA, Dynamite, Figures Libres, Frimousse, Gladys, IMG, MAS, Ovation, Smith & Smith, Art et Mode, Clas'Mode, Perfect, Sindy Bop, Zenith, Rebecca, Profil, Women, IPS, Kalao, Exception, Kwahéri, MIA et Bout'Chou (cote 10044).

Le conseil d'administration de l'UNAM du 15 décembre 2006

131. Les points 10 et 11 de l'ordre du jour de cette réunion prévoient l'évocation, d'une part, de la NAO pour les rémunérations minima 2007 et, d'autre part, des prix de vente 2007 (cote 10105).
132. Le procès-verbal de ce conseil d'administration évoque donc les résultats de la NAO : « *cette réunion a décidé une augmentation de 2,2 % pour 2007. Le tableau en résultant figure en annexe du présent compte rendu* » (cote 10099).
133. Le point relatif aux « *prix de ventes des prestations 2007* », informe quant à lui de la disponibilité des grilles tarifaires syndicales : « *comme l'an dernier, ces prix de vente correspondant aux niveaux fixés par la convention collective ont été édités conjointement par le SAM et l'UNAM. Ils sont comme chaque année mis en ligne à partir du 2 janvier 2007 [...].* » (cote 10099).
134. Quatre agences membres de l'UNAM étaient présentes : Crystal, Clas'Mode, IMG et Figures Libres (cote 10104).

Les assemblées générales ordinaire et extraordinaire de l'UNAM du 6 février 2009

135. Par courrier recommandé du 19 janvier 2009, le conseil d'administration a convoqué les adhérents de l'UNAM à l'assemblée générale ordinaire du 6 février 2009 (cote 10204). Le point 7 de l'ordre du jour annexé à la convocation est intitulé « *concurrence déloyale entre agences du syndicat – propositions* » (cote 10206).
136. Le compte-rendu de l'AGO du 6 février 2009, daté du 24 février 2009, relate les propos de la secrétaire générale du SYNAM à l'encontre d'une « *concurrence inacceptable* » entre agences, pointant notamment la concurrence « *sauvage* » qui sévirait « *sur l'ensemble de l'ouest de la France et dans le Pas-de-Calais* » (cote 10214).
137. Le même jour, l'UNAM, réuni en assemblée générale extraordinaire, a adopté le projet de fusion avec le SAM. Le compte-rendu motive explicitement la création du SYNAM par le fait « *qu'un tel rapprochement faciliterait la concertation entre agences* » (cote 10220). Le SAM s'était prononcé en faveur de cette fusion préalablement à l'UNAM (cote 10221).
138. Vingt-trois membres de l'UNAM étaient présents ou représentés ce jour-là : Crystal, DI, Dynamite, Frimousse, IMG, Nouvelle Ere, Ovation, Smith & Smith, Art et Mode, Clas'Mode, Perfect, Privilege, Sindy Bop, Zenith, Cute, Rebecca, Exception, Bout'Chou, People, Enjop, IPS, Kalao et Kwahéri (cotes 10207 à 10 211).

Les réunions du SYNAM

L'assemblée constitutive du SYNAM du 6 février 2009

139. Par courrier recommandé du 19 janvier 2009, les conseils d'administration du SAM et de l'UNAM ont convoqué leurs membres à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009. L'ordre du jour annexé à la convocation prévoyait l'approbation des statuts (cote 10224).
140. La motion n° 1 de l'assemblée constitutive énonce que « *les participants à l'Assemblée Générale Constitutive du SYNAM approuvent les statuts qui leur ont été soumis* » (cote 10227).
141. À l'occasion de cette assemblée générale constitutive, les membres du SAM et de l'UNAM ont donc voté, à l'unanimité, l'adoption des statuts qui leur ont été soumis (cote 10230) auxquels a été annexé un règlement intérieur daté du même jour (cotes 2880 et 2881).
142. L'article 8 du règlement intérieur annexé aux statuts du SYNAM proscriit toute diffusion de barème propre par une agence membre du syndicat. Il dispose en effet que : « *Conformément à la convention collective, les membres ne pourront faire de la publicité écrite en diffusant des barèmes tarifaires ou de catégories de mannequins qui leur seraient personnels* » (cote 2881).
143. En dépit de la référence à la convention collective du 22 juin 2004, l'article 8 du règlement intérieur ne constitue pas le strict reflet des dispositions conventionnelles, qui n'interdisent nullement aux agences de mannequins de diffuser leur propre grille tarifaire. En effet, l'article 9 de cette convention dispose simplement que « *les agences de mannequins ne peuvent diffuser ou promouvoir auprès de leur clientèle des tarifs de prestations qui ne font pas apparaître les classifications définies dans cet article* » (cote 3950).
144. Ainsi, la convention collective interdit aux agences de prévoir des barèmes de prix ne reprenant pas les classifications qu'elle définit. En revanche, elle n'interdit pas aux agences de diffuser leurs propres barèmes tarifaires, dès lors que ceux-ci respectent les minima conventionnels et qu'ils sont agencés suivant les classifications précitées.
145. Par courriel en date du 26 février 2009, le secrétariat général du SYNAM a adressé à ses membres le compte-rendu de l'assemblée constitutive dans lequel il est précisé que « *les participants confirment à l'unanimité leur approbation sur les points suivants : • Les statuts qui leur ont été soumis (...)* » (cotes 10229 et 10230).
146. Il convient de noter que, une fois adopté, le règlement intérieur du SYNAM fait partie intégrante des obligations des membres du syndicat, comme précisé par l'article 11 des statuts : « *Tout adhérent admis s'engage à respecter les statuts, le règlement intérieur et les décisions du syndicat* » (cote 2868). Par conséquent, dès la constitution du SYNAM, les agences membres se sont engagées à respecter l'interdiction de diffusion d'un barème propre posée par l'article 8 du règlement intérieur précité.
147. Il ressort des pièces du dossier que les agences suivantes étaient présentes ou représentées à cette assemblée :
 - pour le SAM : il s'agit des agences Bananas Mambo, City, Elite, Ford, Karin, Marilyn, Metropolitan, Nathalie, Next, Success et Viva (cotes 10225 et 10226) ; et
 - pour l'UNAM : il s'agit des agences Bout'chou, People, Crystal, Cute, DI, Dynamite, Frimousse, IMG, Nouvelle Ere, Ovation, Rebecca, Smith & Smith, Art et Mode, Clas'Mode, Enjoy, Exception, IPS, Kalao, Kwahéri, Perfect, Privilege, Sindy Bop et

Zenith). L'assemblée générale de l'UNAM approuvant la fusion s'étant tenue le même jour, une seule feuille de présence a été dressée (cotes 10207 à 10 210 et 10 220).

L'assemblée générale ordinaire du SYNAM du 7 décembre 2009

148. Par courrier recommandé du 20 novembre 2009, le conseil d'administration du SYNAM a convoqué ses membres à l'assemblée générale ordinaire du 7 décembre 2009 (cote 10282). L'ordre du jour annexé à la convocation contient un point 8 intitulé : « *politique des prix de ventes 2010 (Chantal Sellati)* » (cote 10283).
149. Le SYNAM a indiqué à la DGCCRF qu'aucun procès-verbal de cette assemblée générale n'avait été établi (cote 231).
150. Toutefois, et en premier lieu, il ressort d'un courriel du secrétariat général du SYNAM du 9 décembre 2009 adressé aux membres du syndicat que l'assemblée a voté une augmentation de 2 % des tarifs des prestations adultes et enfants pour l'année 2010 (cote 3984) :

De: nathalie [nathalie@nathalie-models.com]
Envoyé: dimanche 5 décembre 2010 17:55
À: D... (Paris)
Objet: [***] Fw: TARIFS VENTE PRESTATIONS 2010 ADULTES ET ENFANTS
Pièces jointes: TARIFS ENFANTS 2010.pdf; TARIFS VENTE DEFILES & PUB ADULTES 2010.pdf; TARIFS VENTE REDACTIONNEL ADULTES 2010.pdf

----- Original Message -----

From: Secrétariat Général Synam
To: ART ET MODE ; BANANAS ; BOUT'CHOU ; CLAS MODE ; COCCINELLE ; CRYSTAL ; CUTE ; CLAUDE REGARD ; DJ ; DYNAMITE ; ELITE ; ENJOY ; EXCEPTION ; FORD ; HAPPY ; IDOLE ; IMG ; IPS ; KALAO ; KARIN ; KWAHERI ; METROPOLITAN ; NATHALIE ; NEW MADISON ; NOUVELLE ERE ; OVATION ; PRIVILEGE ; PROFIL ; REBECCA ; SINDY BOP ; SMITH & SMITH ; VIVA ; VIVA ; WOMEN ; WOMEN ; ZENITH ; WOMEN ; VIVA ; NEXT ; NEW MADISON ; NEW MADISON ; NATHALIE ; METROPOLITAN ; METROPOLITAN ; MARILYN ; MARILYN ; IMG ; IDOLE ; FORD ; FORD ; CRYSTAL SLIDES ; CRYSTAL SLIDES ; CRYSTAL ; CRYSTAL ; CITY ; CITY ; ELITE ; NATHALIE ; BANANAS ; BANANAS ; KARIN ; SUCCESS ; FORD ; NEW MADISON ; MARILYN ; CITY ; NEXT ; NEW MADISON ; MARILYN ; PERFECT ; NEXT ; FRIMOUSSE ; HOUURRA
Sent: Wednesday, December 09, 2009 11:24 PM
Subject: TARIFS VENTE PRESTATIONS 2010 ADULTES ET ENFANTS

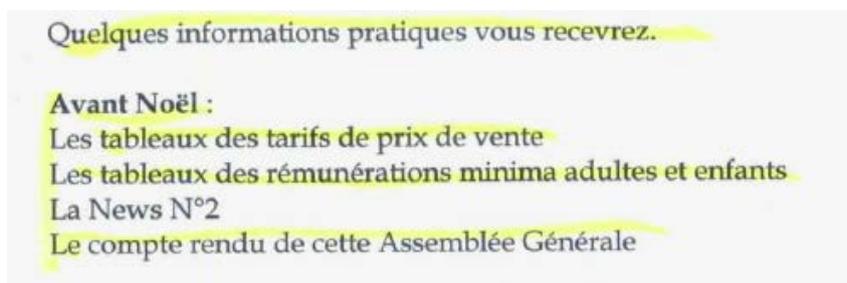
Bonsoir,
Suite à la décision d'augmentation de 2% des prix de vente des prestations adultes et enfants, décision votée à l'Assemblée Générale de lundi dernier, je vous prie de trouver en annexe les trois tableaux des tarifs (Défilé-Film et Prise de vues publicitaires / Rédactionnel / Enfants). Ils seront mis en ligne sur le site du SYNAM très rapidement (<http://synam.org>)
Très cordialement.

Ce mail vous est personnellement adressé: Merci de ne pas le transmettre à un tiers.

C...
Secrétaire Général
SYNAM
4, rue Galvani
75017 PARIS

151. Ce courriel – qui prend acte du vote par l'assemblée générale de la modification tarifaire annuelle – transmet en pièce jointe trois grilles tarifaires aux membres et les informe de leur mise en ligne sur le site du SYNAM.
152. En second lieu, un « *rapport d'activité du syndicat depuis sa création au 1^{er} décembre 2009* » a été transmis aux agences membres du syndicat, en pièce jointe à l'ordre du jour de la réunion précitée du 7 décembre 2009 (cotes 10289 à 10 291). Il est indiqué dans ce document que « *le 19 novembre dernier a eu lieu la NAO pour les rémunérations 2010. Chantal vous indiquera le pourcentage négocié dans quelques instants. Je peux déjà vous annoncer que vous aurez le tableau des rémunérations adultes et moins*

de 16 ans au pied de vos sapins ! » (cote 10289). Il est également mentionné que plusieurs documents seront envoyés, dont des tableaux de tarifs (cote 10291) :



153. En troisième lieu, dans un courriel du SYNAM adressé à ses membres le 10 décembre 2009, le syndicat a envoyé les tarifs de vente adultes pour 2010 (cote 3979) :

De: nathalie [nathalie@nathalie-models.com]
Envoyé: dimanche 5 décembre 2010 17:54
À: D... (Paris)
Objet: [***] Fw: TARIFS VENTE ADULTES
Pièces jointes: TARIFS VENTE PRESTATIONS ADULTES SYNAM 2010 DOC DEF.xls; TARIFS VENTE PRESTATIONS DEFILES ET PUB 2010 DOC DEFINITIF.pdf; TARIFS VENTE PRESTATIONS REDACTIONNEL 2010 DOC DEFINITIF.pdf

----- Original Message -----

From: Secrétariat Général Synam
To: CITY ; NEXT ; NEW MADISON ; ART ET MODE ; BANANAS ; BOUTCHOU ; CLAS MODE ; COCCINELLE ; CRYSTAL ; CUTE ; DI ; DYNAMITE ; ELITE ; ENJOY ; EXCEPTION ; FORD ; HAPPY ; IDOLE ; IMG ; IPS ; KALAO ; KARIN ; KWAHERI ; MARILYN ; METROPOLITAN ; NATHALIE ; NOUVELLE ERE ; OVATION ; PERFECT ; PRIVILEGE ; PROFIL ; REBECCA ; SINDY BOP ; SMITH & SMITH ; VIVA ; WOMEN ; ZENITH ; NEXT ; FRIMOUSSE ; HOURRA ; WOMEN ; WOMEN ; VIVA ; VIVA ; NEXT ; NEW MADISON ; NEW MADISON ; NATHALIE ; METROPOLITAN ; METROPOLITAN ; MARILYN ; MARILYN ; IMG ; IDOLE ; FORD ; FORD ; CRYSTAL SLIDES ; CRYSTAL SLIDES ; CRYSTAL ; CRYSTAL ; CITY ; CITY ; ELITE ; NATHALIE ; BANANAS ; BANANAS ; KARIN ; SUCCESS ; FORD ; NEW MADISON ; MARILYN ; CLAUDE REGARD ; NEW MADISON
Sent: Thursday, December 10, 2009 1:27 PM
Subject: TARIFS VENTE ADULTES

Re Bonjour
Les erreurs ont été corrigées Voici donc les tarifs de vente définitifs
sous forme Excel: 1 fichier de 2 onglets
sous forme pdf: 2 tableaux
Merci pour votre patience !
Bien à vous.

154. En dernier lieu, la feuille de présence atteste de la participation de tous les membres du SYNAM, présents ou représentés, à l'assemblée générale, à l'exception des agences Next et Smith & Smith (cotes 10284 à 10 288).

Le conseil d'administration du SYNAM du 8 décembre 2010

155. L'ordre du jour transmis aux membres du conseil d'administration prévoyait en son point 9 : « 9/ Suites à donner à la convocation à la DGCCRF (04 octobre 2010) - Documents qui ont été envoyés à leur demande. Conséquences (négociation annuelle des salaires et application de la réévaluation des prix de vente correspondants) » (cote 9913).
156. Le compte-rendu afférent, envoyé aux membres du SYNAM le 15 décembre 2010, a envisagé comme conséquence pratique de l'audition de la secrétaire générale par la DGCCRF « un respect total de la législation [qui] doit être désormais en vigueur au SYNAM, sous peine de procédure pouvant toucher les membres adhérents du syndicat ». Toutefois, nonobstant la consigne de ne plus évoquer « de tarifs et autres données

financières lors des réunions », il préconisait l'utilisation des grilles 2010 « dans les négociations commerciales jusqu'à la troisième semaine de janvier 2011 » (cote 9919 et 9920). Cette consigne avait déjà été transmise par courriel deux jours auparavant aux membres du SYNAM (cotes 9910 à 9911) :

Bonjour,
Compte tenu de la législation sur les prix de vente, les grilles 2011 qui découlent des classifications 7 - 8 - 9 et 10 ne peuvent être définies qu'après la négociation annuelle obligatoire (NAO) soit après le 17 janvier 2011.
Les grilles 2010 sont donc applicables jusqu'au 18 janvier 2011.

157. Le compte-rendu du conseil d'administration atteste de la participation des six agences suivantes : Viva, IMG, DI, Crystal, Sindy Bop et Perfect (cote 9915).

Les réunions de commissions spécialisées du SYNAM

La Commission « Films-Pub » du SYNAM du 20 avril 2009

158. Une réunion de la Commission « Films-Pub » du SYNAM s'est tenue le 20 avril 2009. Les pièces du dossier ne font pas ressortir l'existence d'un ordre du jour qui aurait été adressé préalablement aux membres du SYNAM.
159. Le compte-rendu de cette réunion atteste – au point 9 de son ordre du jour intitulé « *tarif jour* » – de discussions entre les participants portant sur les modalités de négociation tarifaire (s'agissant des prestations de tournage TV) : « *L'union faisant la force et même si les agences ne peuvent et ne doivent pas "s'accorder" entre elles ce qui serait contraire à l'esprit de libre concurrence, il faut proposer au minimum le T10 pour un tournage TV et le négocier sous forme horaire si la journée est limitée dans le temps. Les T7, T8 et T9 doivent devenir des exceptions, même si hélas, elles sont trop courantes actuellement* » (cote 157).
160. Étaient représentées à cette réunion les agences DI, Crystal, Dynamite, Elite, Ford, Bananas Mambo, Frimousse, Happy, Nathalie, Nouvelle Ere, Rebecca, Viva, Women et Zenith (cote 151).

La Commission « Enfants » du SYNAM du 15 octobre 2009

161. Une réunion de la Commission « Enfants » du SYNAM s'est tenue le 15 octobre 2009. Les pièces du dossier ne font pas ressortir l'existence d'un ordre du jour qui aurait été adressé préalablement aux membres du SYNAM.
162. Le compte-rendu de cette réunion atteste – au point 6 de son ordre du jour intitulé « *Les tarifs très bas imposés par les clients aux agences enfants – Remèdes* » – de discussions entre les participants sur la situation tarifaire dégradée du marché et sur les solutions à adopter pour y remédier : « *les agences de mannequins présentes s'entendent sur le fait qu'il est nécessaire de trouver une solution qui permettrait de ne pas perdre les clients importants de l'industrie textile tout en optant pour une négociation modérée de la part de toutes les agences afin de réussir à remonter petit à petit les tarifs effondrés imposés à ce jour* » (cote 161).
163. Étaient représentées à cette réunion les agences Cute, DI, Frimousse, Nouvelle Ere, Perfect et Success (branche Success Kids) (cote 159).

La réunion des agences de province du SYNAM du 29 juin 2010

164. Une réunion entre les agences situées en province s'est tenue le 29 juin 2010. Les pièces du dossier ne font pas ressortir l'existence d'un ordre du jour qui aurait été adressé préalablement aux membres du SYNAM.
165. Lors de cette réunion, il a été décidé à la majorité de demander au Bureau du SYNAM que soit organisé un rendez-vous avec les syndicats salariés signataires de la convention collective « *pour soit sollicité un aménagement de l'article 12 [de la convention] soit la création d'un nouveau tarif inférieur au T7 (T6)* » (cote 3338).
166. Il n'a néanmoins pas été donné suite à cette demande. En effet, dans son compte-rendu d'activité pour la période du 1^{er} septembre au 27 octobre 2010, le SYNAM a rappelé qu'à la suite de l'audition de sa secrétaire générale par la DGCCRF le 4 octobre 2010, « *il est désormais important de respecter certaines règles* » et qu'en conséquence, « *la demande formulée par les agences situées en province (...) ne peut plus être d'actualité car toute démarche d'adaptation au marché est considérée comme un délit* » (cote 2401). De même, à l'occasion de leur audition par les services d'instruction, les représentants du SYNAM ont indiqué « *qu'il n'y a pas de régime particulier pour la province (T6)* » (cote 8508).
167. Les agences suivantes étaient présentes à cette réunion : Art et Mode, Clas'Mode, Exception, Hourra, Perfect, Privilege et Sindy Bop (cote 3338).

E. LES GRIEFS NOTIFIÉS

168. Au vu de ces constatations, la rapporteure générale a adressé le 8 avril 2014 une notification de griefs pour des pratiques prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce :

1. GRIEF N° 1 : SUR LA PRATIQUE IMPUTABLE AU SYNAM

« Il est fait grief au Syndicat National des Agences de Mannequins (SYNAM) et aux syndicats qui ont fusionné en son sein, le Syndicat des Agences de Mannequins (SAM) et l'Union Nationale des Agences de Mannequins (UNAM) d'avoir, hors du cadre de leur mission statutaire, entre le 1er janvier 1987 et jusqu'au premier trimestre 2011, faussé le jeu de la concurrence en diffusant annuellement des grilles de tarifs des prestations d'agences de mannequins.

Cette pratique de nature continue avait pour objet et a pu avoir pour effet de limiter la liberté tarifaire des agences de mannequins et, de manière générale, de réduire la concurrence sur le marché des prestations d'agences de mannequins à destination des clients-utilisateurs. Elle constitue une entente anticoncurrentielle prohibée en application de l'article L. 420-1 du code de commerce. »

2. GRIEF N° 2 : SUR LA PRATIQUE IMPUTABLE AUX AGENCES DE MANNEQUINS

« Il est fait grief aux sociétés suivantes :

- *Agence Di (RCS n°722 034 899) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Angels Models Management (RCS n°500 526 256) pour la période du 7/12/09 au 31/12/2010,*

- *Kid et Feel « Art et Mode » (RCS n°451 427 108) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Bananas Mambo (RCS n°345 251 565) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Bout'Chou (RCS n°389 783 564) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *City Models (RCS n°519 525 323) pour la période du 6/02/09 au 31/12/10,*
- *Crystal Model Agency's (RCS n°331 037 705) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Regard's « Cute Models » (RCS n°328 747 571) pour la période du 4/05/05 au 31/12/2010,*
- *Dynamite Agency (RCS n°327 095 626) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Elite Model Management (RCS n°722 002 110) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Enjoy Models Management (RCS n°445 083 421) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Exception (RCS n°415 052 760) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Ford Models Europe (RCS n°399 789 056) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Frimousse (RCS n°323 802 322) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Happy Communication « Agence Happy » (RCS n°447 548 272) pour la période du 20/04/09 au 31/12/2010,*
- *Hourra ! Models (RCS n°349 872 408) pour la période du 7/12/09 au 31/12/2010,*
- *Idole Model Management (RCS n°395.139.744) pour la période du 7/12/09 au 31/12/10,*
- *International Management Group « IMG Models » (RCS n°324 031 137) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *International Publicity Services « IPS Models » (RCS n°379 697 519) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Karin Models (RCS n°309 421 576) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *L'Agence « Kwahéri Studio » (RCS n°418 251 906) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Major Model Management Paris (RCS n°452 221 500) pour la période du 7/12/09 au 31/12/2010,*
- *Metropolitan Models (RCS n°337 929 277) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Marilyn Agency (RCS n°332 442 383) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Nathalie (RCS n°401 846 803) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*

- *Next Management (RCS n°408.231.785) pour la période du 6/02/09 au 31/12/10,*
- *New Madison (RCS n°452 626 617) pour la période du 7/12/09 au 31/12/2010,*
- *Nouvelle Ere (RCS n°449 766 690) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Ovation (RCS n°378 336 580) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Agence People – Coccinelle (RCS n°329 951 271) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Perfect Models (RCS n°401 130 935) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Catlinka Privilege (RCS n°495 232 357) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Profil (RCS n°398 063 719) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Rebecca (RCS n°349 832 733) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Smith and Smith Characters (RCS n°423 364 546) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Hinolisari-Success « Success » (RCS n°342 502 390) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *VIP Models (RCS n°480.104.132) pour la période du 7/12/09 au 31/12/10,*
- *Viva Model Management (RCS n°327 203 923) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010,*
- *Women Management (RCS n°423 649 607) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*
- *Zenith Models (RCS n°411 589 575) pour la période du 4/02/05 au 31/12/2010,*

d'avoir participé à la pratique anticoncurrentielle mise en œuvre par le SAM, l'UNAM puis par le SYNAM et d'avoir le cas échéant appliqué, en tout ou en partie, les prix recommandés par le syndicat, sans se référer à leurs propres coûts d'exploitation, dans le sens d'une restriction de leur propre liberté tarifaire et d'un alignement sur le comportement des autres agences.

Cela avait pour objet et a pu avoir pour effet de réduire la concurrence sur le marché des prestations d'agences de mannequins destinées aux clients-utilisateurs.

Cette pratique de nature continue constitue une entente anticoncurrentielle prohibée en application de l'article L. 420-1 du code de commerce. »

F. LA MISE EN ŒUVRE DU III DE L'ARTICLE L. 464-2 DU CODE DE COMMERCE

169. Les sociétés :

- Dynamite ;
- Ovation ;
- People ;

destinataires de la notification de griefs, ont sollicité le bénéfice des dispositions du III de l'article L. 464-2 du code de commerce, selon lesquelles « lorsqu'un organisme ou une

entreprise ne conteste pas la réalité des griefs qui lui sont notifiés, le rapporteur général peut proposer à l'Autorité de la concurrence, qui entend les parties et le commissaire du Gouvernement sans établissement préalable d'un rapport, de prononcer la sanction pécuniaire prévue au I en tenant compte de l'absence de contestation. Dans ce cas, le montant maximum de la sanction encourue est réduit de moitié. Lorsque l'entreprise ou l'organisme s'engage en outre à modifier son comportement pour l'avenir, le rapporteur général peut proposer à l'Autorité de la concurrence d'en tenir compte également dans la fixation du montant de la sanction ».

170. La mise en œuvre de ces dispositions a donné lieu à l'établissement de trois procès-verbaux signés les 28 mai 2014 (Dynamite), 19 juin 2014 (People) et 24 juin 2014 (Ovation), par lesquels les sociétés intéressées ont déclaré ne pas contester les griefs notifiés.
171. Pour tenir compte de la non-contestation des griefs, le rapporteur général adjoint s'est engagé à proposer au collègue que la sanction pécuniaire encourue, le cas échéant, par les sociétés concernées soit réduite de 10 % par rapport au montant qui leur aurait été normalement infligé.

II. Discussion

172. Seront successivement abordés ci-après :

- la procédure (A) ;
- le marché pertinent (B) ;
- le bien-fondé des griefs notifiés (C) ;
- l'imputabilité des pratiques en cause (D).

A. SUR LE DÉROULEMENT DE LA PROCÉDURE

173. Plusieurs agences de mannequins mises en cause contestent la régularité de la procédure sur les points suivants :
- la régularité de la saisine d'office (1),
 - l'impartialité de la procédure (2),
 - la régularité de la procédure à l'encontre de la société Nouvelle Ere (3),
 - la prétendue modification du grief n° 2 pendant la procédure (4), et
 - l'égalité de traitement entre les agences de mannequins (5).

1. EN CE QUI CONCERNE LA SAISINE D'OFFICE

174. Les sociétés Elite, Success, Nathalie, New Madison, Profil et Women soutiennent que la procédure devant l'Autorité serait entachée d'irrégularité, aux motifs que :

- l'absence au dossier de la proposition de saisine de la rapporteure générale ne permettrait pas de s'assurer de la conformité de la décision de saisine d'office n° 11-SO-13 du 26 juillet 2011, par laquelle l'Autorité s'est saisie de pratiques mises en œuvre dans le secteur des prestations réalisées par les agences de mannequins, à l'article L. 462-5 du code de commerce ;
- la lettre de désignation dans ce dossier de M. X..., rapporteur, dont le rapport oral est visé dans la décision n° 11-SO-13, ne figure pas non plus au dossier ;

ce qui porterait atteinte aux droits de la défense (voir par exemple cotes 28331 à 28 337).

175. En premier lieu, la Cour de cassation, saisie d'un moyen relatif à l'irrégularité de la saisine au regard de l'article 6, paragraphe 1, de la convention européenne des droits de l'homme, a jugé que « *la décision par laquelle le Conseil de la concurrence décide de se saisir d'office n'est pas un acte de poursuite* » (Cour de cassation, 23 juin 2004, pourvoi n° 01-17.896).
176. Dès lors, la décision de saisine d'office de l'Autorité n'étant pas un acte d'accusation ou de poursuite au sens de l'article 6, paragraphe 1, de la convention européenne des droits de l'homme, elle ne saurait constituer une violation de cette disposition.
177. En second lieu, l'article L. 462-5 du code de commerce, dans sa rédaction issue de l'ordonnance n° 2008-1161 du 13 novembre 2008, prévoit que « *le rapporteur général peut proposer à l'Autorité de la concurrence de se saisir d'office des pratiques mentionnées aux I et II [notamment l'article L. 420-1 du code de commerce]* ».
178. Cette disposition – qui au demeurant a été reconnue conforme à la Constitution (Décision n° 2012-280 QPC du 12 octobre 2012, « *Société Groupe Canal Plus* ») – n'impose aucune condition de forme à laquelle la saisine d'office et la proposition du rapporteur général devraient répondre. En particulier, l'article L. 462-5 du code de commerce n'impose pas que la proposition du rapporteur général soit formulée par écrit et jointe au dossier.
179. La désignation formelle d'un rapporteur pour instruire une affaire, conformément à l'article L. 450-6 du code de commerce qui dispose que « *le rapporteur général désigne, pour l'examen de chaque affaire, un ou plusieurs agents des services d'instruction aux fonctions de rapporteur* », n'est prévue que pour l'instruction des affaires au fond postérieure à la saisine de l'Autorité. Il était dès lors loisible à la rapporteure générale de désigner oralement et sans formalité un rapporteur chargé spécialement de faire un rapport oral sur la saisine d'office devant la formation chargée de se prononcer sur cette saisine, cette désignation informelle étant, en tout état de cause, dépourvue de toute incidence sur l'instruction ultérieure et ne faisant pas grief aux parties (décision n° 06-D-07 du 21 mars 2006 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des travaux publics dans la région Ile-de-France, paragraphe 449, confirmée par l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 24 juin 2008, page 13) .
180. Par conséquent, dès lors que la décision de saisine précitée est intervenue sur la proposition de la rapporteure générale, le fait que celle-ci ait été formulée par oral lors de la séance – et n'ait pu par conséquent être jointe au dossier – ne porte atteinte à aucun principe à valeur constitutionnelle ni aux droits protégés par l'article 6, paragraphe 1, de la convention européenne des droits de l'homme.
181. De la même façon, l'absence au dossier de la désignation comme rapporteur de M. X... n'est pas de nature à entacher d'irrégularité la procédure.
182. Les arguments des mises en cause seront donc écartés.

2. EN CE QUI CONCERNE L'IMPARTIALITÉ ET LA LOYAUTÉ DE L'INSTRUCTION

183. Le SYNAM et les agences Viva, Premium, Major, Cute et New Madison affirment que le rapporteur aurait manqué d'impartialité et de loyauté dans la conduite de l'instruction (voir par exemple cotes 28653 à 28 658) au motif qu'il :

- aurait procédé à une analyse parcellaire des pièces du dossier et aurait tronqué de nombreuses déclarations d'agences pour ne retenir que les passages à charge (a),
- n'aurait pas fait droit aux demandes des agences en auditionnant des clients alors qu'il s'agit d'un élément essentiel pour comprendre la pratique (b), et
- aurait omis de préciser que le rapport administratif d'enquête excluait l'implication des agences de mannequins dans la prétendue entente (c).

a) Sur le fait que le rapporteur n'aurait prétendument retenu que les passages à charge

184. Le rapporteur dispose d'un pouvoir d'appréciation quant à la conduite de ses investigations (Cour de cassation, 15 juin 1999, Lilly France). Il fonde la notification de griefs sur les faits qui lui paraissent de nature à en établir le bien-fondé et n'a pas à répondre à tous les arguments développés par les parties (cour d'appel de Paris, 24 janvier 2006, Ordre des avocats au barreau de Marseille, page 3). La pratique décisionnelle confirme de manière constante que le fait que la notification de griefs ne cite pas tous les faits qui n'ont pas été retenus comme indices des pratiques anticoncurrentielles ne peut faire grief aux entreprises, dès lors que celles-ci ont eu accès à l'ensemble de la procédure (voir notamment les décisions n° 07-D-49 du 19 décembre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre par les sociétés Biotronik, Ela Medical, Guidant, Medtronic et Saint Jude Medical à l'occasion de la passation d'un appel d'offres lancé par le CHU de Montpellier, paragraphe 166 ; décision n° 07-D-50 du 20 décembre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution de jouets, paragraphe 426 ; décision n° 09-D-06 du 5 février 2009 relative à des pratiques mises en œuvre par la SNCF et Expedia Inc. dans le secteur de la vente de voyages en ligne, paragraphe 79).

185. En l'espèce, il n'est pas contesté que les parties ont eu accès à l'ensemble des pièces du dossier, qui ont pu être discutées par les sociétés mises en cause au cours de la procédure. Ces dernières ont ainsi eu toute latitude pour apporter les éléments utiles à leur défense. Il ne saurait donc être reproché aux services d'instruction d'avoir porté atteinte au principe d'impartialité.

186. L'argument sera donc écarté.

b) Sur la faculté des services d'instruction d'auditionner les personnes de leur choix

187. Il est de pratique décisionnelle et de jurisprudence constantes que « *l'audition de personnes intéressées constitue une faculté laissée à l'appréciation du rapporteur ou du Conseil, eu égard au contenu du dossier* » (Arrêt de la cour d'appel de Paris du 29 janvier 2008, n°2006/07820, page 12. Voir également la décision du Conseil de la concurrence n° 07-D-27 du 31 juillet 2007 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la formation professionnelle continue à destination des demandeurs d'emploi en région Picardie, paragraphe 84).

188. Au cas d'espèce, le fait que le rapporteur n'ait pas procédé à l'audition des clients-utilisateurs n'a en aucune manière porté atteinte aux droits de la défense des mises en cause et au principe du contradictoire.
189. Il convient à cet égard de noter que de nombreux éléments du dossier, en particulier les déclarations des agences de mannequins et plusieurs documents obtenus au cours de l'enquête ont permis aux services d'instruction d'appréhender le comportement des clients-utilisateurs sur le marché. En outre, la notification de griefs a consacré des développements importants aux modalités de négociations entre les agences et leurs clients (paragraphe 170 à 189).
190. L'argument sera donc écarté.

c) Sur le fait que les services d'instruction auraient omis de préciser que le rapport administratif d'enquête excluait l'implication des agences de mannequins

191. Le rapport administratif d'enquête constitue un document de synthèse auquel aucune disposition législative ou réglementaire n'attache de force probante particulière ou d'effet juridique qui lui soit attaché (Cour de cassation, 10 octobre 2000, n° 98-12393 ; décision n° 07-D-48 du 18 décembre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du déménagement national et international, paragraphe 216).
192. Ainsi, les conclusions du rapport d'enquête n'envisageant pas l'implication des agences de mannequins ne préjugent, ni de l'analyse du rapporteur, soumise au débat contradictoire, ni a fortiori de la décision de l'Autorité.
193. Dès lors, les services d'instruction pouvaient, sans méconnaître le principe d'impartialité, retenir dans la notification de griefs une analyse de l'imputabilité différente de celle suggérée par le rapport administratif d'enquête, dès lors qu'en tout état de cause ce rapport figure au dossier et a pu être discuté par les parties au cours de la procédure.
194. L'argument doit donc être écarté.

3. EN CE QUI CONCERNE LA SITUATION DE LA SOCIÉTÉ NOUVELLE ERE

195. La société Nouvelle Ere conteste la régularité de la procédure à son égard au motif que la notification de griefs et le rapport auraient été notifiés non pas à la société en tant que telle mais à sa gérante ès qualité (cotes 25778 et 25779).
196. Au cas d'espèce, le courrier d'envoi de la notification de griefs est adressé à « *Madame E... gérante de la société Nouvelle Ere 11, rue Bichat 75 010 Paris* » (cotes 14974 et 14976). De même, la liste des destinataires de la notification de griefs indique : « *Madame E..., gérante de la société Nouvelle Ere RCS : 449 766 690 11, rue Bichat, 75 010 Paris* » (cote 14818). Il en est de même s'agissant de la notification du rapport à la société Nouvelle Ere (cotes 25396, 25581 et 25583).
197. Le nom de Madame E... n'est mentionné qu'en sa qualité de gérante de la société Nouvelle Ere, seule visée par le grief. Le grief n° 2 vise en effet sans ambiguïté la société « *Nouvelle Ere (RCS n°449 766 690) pour la période du 6/02/09 au 31/12/2010* » (cote n° 14812). La notification de griefs ne reproche pas à la gérante de la société Nouvelle Ere un comportement autonome de celui de la société dont elle est le représentant légal.

198. Dans ces conditions, l’Autorité était fondée, sans méconnaître aucune disposition ni aucun principe, à adresser la notification de griefs et le rapport par lettre recommandée à la gérante de la société Nouvelle Ere.
199. En outre, il convient de rappeler que la société Nouvelle Ere a pu présenter des observations en réponse à la notification de griefs ainsi qu’au rapport.
200. L’argument sera donc écarté.

4. EN CE QUI CONCERNE LA PRÉCISION DU GRIEF N° 2 ET L’ALLÉGATION DE MODIFICATION DU GRIEF N° 2 AU STADE DU RAPPORT

201. Selon la société New Madison, les services d’instruction ont modifié le grief n° 2 en cours de procédure. Elle soutient que le grief notifié aux agences de mannequins visait le fait d’avoir participé à une pratique de diffusion annuelle des grilles syndicales et non à leur élaboration, alors qu’au stade du rapport, les services d’instruction ont indiqué que « *la pratique reprochée [aux agences] concernait tant l’élaboration que la diffusion de grilles* » (cotes 28659 et 28660).
202. Les sociétés Elite, Success, Nathalie, Profil et Women soutiennent par ailleurs que le libellé du grief n° 2 dans la notification de griefs n’inclut pas la participation des agences à l’élaboration des grilles tarifaires, pratique qui serait uniquement imputable au syndicat (voir par exemple cote 28339 et 28340). Dans le même sens, les sociétés Karin, Metropolitan et Rebecca affirment que la pratique reprochée aux agences de mannequins dans la première partie du grief n° 2 – la participation des agences aux pratiques mises en œuvre par les syndicats dénoncées dans le grief n° 1 (matérialisée par la participation à des réunions statutaires) – ne serait pas distincte de ce premier grief (voir par exemple cote 29288).
203. Comme l’a rappelé le Conseil de la concurrence, « *la notification des griefs est un document synthétique qui contient une description précise des faits reprochés, leur date, leur imputabilité et leur qualification, puis reprend, in fine, en les résumant, la rédaction des griefs eux-mêmes dans une formule concise. Elle constitue l’acte d’accusation et doit donc être précise (cour d’appel de Paris, 29 mars 2005, Filmdis Cinésogar), cette exigence n’excluant pas que les juges d’appel et de cassation recherchent, dans le corps même de la notification des griefs, la portée de ces derniers (Cour de cassation, 6 avril 1999, ODA)* » (décision du Conseil de la concurrence n° 09-D-06 du 5 février 2009 relative à des pratiques mises en œuvre par la SNCF et Expedia Inc. dans le secteur de la vente de voyages en ligne, paragraphe 73).
204. Par conséquent, « *tant que le rapport ne vise pas des pratiques différentes de celles évoquées dans la notification des griefs et ne modifie pas leur qualification, il est possible d’y affiner l’analyse concurrentielle, d’étayer ou de préciser l’un des griefs notifiés* » (décision n° 06-D-18 du 28 juin 2006 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la publicité cinématographique, paragraphe 111).
205. Au cas d’espèce, le grief n° 2 notifié aux agences est rédigé comme suit : « *il est fait grief aux sociétés (...) d’avoir participé à la pratique anticoncurrentielle mise en œuvre par le SAM, l’UNAM puis par le SYNAM et d’avoir le cas échéant appliqué, en tout ou en partie, les prix recommandés par le syndicat, sans se référer à leurs propres coûts d’exploitation, (...)* ». C’est donc à la lumière du contenu du grief n° 1, notifié au SYNAM, que la portée du grief n° 2 doit être appréhendée.

206. Or, si le libellé du grief n° 1 reproche au SYNAM et à ses prédécesseurs le SAM et l'UNAM « *d'avoir, hors du cadre de leur mission statutaire (...) faussé le jeu de la concurrence en diffusant annuellement des grilles de tarifs des prestations d'agences de mannequins* », il ressort clairement des développements de la notification de griefs que la pratique reprochée au SYNAM – et par conséquent, aux agences de mannequins membres de celui-ci – concernait tant l'élaboration que la diffusion de grilles tarifaires, comme en témoignent notamment les paragraphes suivants de la notification de griefs (soulignements ajoutés) :
- « *Il est donc établi que l'élaboration annuelle et la diffusion par le syndicat de grilles tarifaires afférentes aux prestations d'agences de mannequins, en dehors de tout encadrement par l'administration, couvre une période de (...)* » (paragraphe 111) ;
 - « *Il est rappelé que la présente affaire vise l'élaboration puis l'actualisation d'une grille de tarifs des prestations d'agences de mannequins diffusée aux membres du syndicat (...)* » (paragraphe 267) ;
 - « *La présente affaire concerne une entente sur les prix mise en œuvre (...) sur le marché des prestations d'agences de mannequins, sous la forme de l'élaboration et de la diffusion annuelle d'une grille tarifaire des prestations d'agences* » (paragraphe 280) ;
 - « *En élaborant et en diffusant cette grille annuelle, les syndicats sont sortis de leur mission première d'information, de conseil et de défense des intérêts professionnels de leurs membres* » (paragraphe 286).
207. Le rapport ne vise donc pas des pratiques différentes de celles évoquées dans la notification de griefs : il ne fait que confirmer la portée du grief n° 2 en rappelant les développements pertinents de la notification de griefs (rapport, paragraphe 69). Ces précisions apportées par le rapport ont, au surplus, été soumises au contradictoire dès lors que les parties ont pu utilement y répondre aussi bien dans leurs observations écrites qu'oralement lors de la séance.
208. Au vu de ces éléments, les agences n'ont pu se méprendre sur la portée du grief n° 2 qui leur a été notifié. L'argument sera donc écarté.

5. EN CE QUI CONCERNE L'ALLÉGATION D'INÉGALITÉ DE TRAITEMENT ENTRE LES AGENCES DE MANNEQUINS

209. Les agences Karin, Metropolitan et Rebecca se plaignent d'une inégalité de traitement entre les agences de mannequins membres du SYNAM et les agences non membres de ce syndicat, au motif qu'un nombre significatif de ces dernières aurait également appliqué les grilles tarifaires syndicales sans avoir été mises en cause dans la présente affaire (voir par exemple cotes 29287 et 18714).
210. Toutefois, comme indiqué précédemment, la jurisprudence des juridictions de contrôle rappelle régulièrement que « *le rapporteur fonde la notification de griefs sur les faits qui lui paraissent de nature à en établir le bien-fondé ; qu'il dispose ensuite d'un pouvoir d'appréciation quant à la conduite de ses investigations* » (voir par exemple cour d'appel de Paris, arrêt « Chevron », 24 novembre 2009, page 18).
211. Comme cela ressort des développements aux paragraphes 123 et suivants *supra*, la pratique reprochée aux agences de mannequins est d'avoir participé aux pratiques mises en œuvre par leur organisation syndicale, en d'autres termes, d'avoir participé à l'élaboration et à la

diffusion de grilles tarifaires et, le cas échéant, d'avoir utilisé, voire appliqué, les tarifs des grilles syndicales.

212. Or, les agences non membres du SYNAM ne pouvaient *de facto* participer aux réunions syndicales à l'occasion desquelles les grilles tarifaires étaient évoquées. Dès lors, il ne peut être fait grief aux agences non membres d'avoir participé à l'élaboration et à la diffusion de grilles tarifaires et, le cas échéant, d'avoir appliqué des tarifs des grilles syndicales.
213. L'argument sera en tout état de cause rejeté.

B. SUR LA DÉLIMITATION DU MARCHÉ PERTINENT

214. Il résulte de la pratique décisionnelle de l'Autorité et de la jurisprudence que lorsque les pratiques en cause sont examinées au titre de la prohibition des ententes ou des pratiques concertées, comme c'est le cas en l'espèce, il n'est pas nécessaire de définir le marché avec précision, comme en matière d'abus de position dominante, dès lors que le secteur a été suffisamment caractérisé pour permettre de qualifier les pratiques observées et de les imputer aux opérateurs qui les ont mises en place (décision n° 11-D-17 du 8 décembre 2011 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des lessives, paragraphe 365).

1. LE MARCHÉ DE PRODUITS ET DE SERVICES

215. Les prestations concernées par les pratiques sont celles visées par les grilles tarifaires objet des pratiques, c'est-à-dire les prestations de mannequinat adulte et enfant fournies par les agences de mannequins.
216. L'agence Frimousse affirme cependant que le marché du mannequinat pour enfant est spécifique et devrait être distingué des prestations de mannequinat adulte. En particulier, les prestations adultes et enfants ne seraient pas substituables et les conditions de tarifications seraient différentes (cotes 26057 à 26 061).
217. Toutefois, il convient de rappeler que, comme indiqué ci-dessus, les grilles syndicales faisant l'objet des pratiques poursuivies incluaient un volet relatif aux prestations de mannequinat enfants (voir notamment cote 3984). Par conséquent, les prestations des agences spécialisées dans ce domaine font partie intégrante du secteur concerné par les pratiques.
218. L'argument sera donc rejeté.
219. Il convient donc de retenir un marché de produits et de services comportant l'ensemble des prestations de mannequinat rendues par les agences de mannequins.

2. LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

220. Les pratiques en cause regroupaient des agences de mannequins situées sur l'ensemble du territoire français, regroupées au sein de syndicats ayant une compétence nationale. En outre, les grilles tarifaires faisant l'objet des poursuites s'inséraient dans un contexte juridique et réglementaire spécifique à la France. Par conséquent, il convient de retenir un marché géographique comprenant l'ensemble du territoire français.
221. Plusieurs agences situées en province (voir notamment les observations de l'agence Hourra, cotes 22418 à 22 420) affirment que les conditions de concurrence sont différentes entre,

d'une part, les agences parisiennes, qui répondent à une demande nationale ou internationale, et, d'autre part, les agences de province, qui répondent à une demande locale, marquée par des budgets plus contraints.

222. Ces arguments apparaissent toutefois insuffisants pour exclure les agences de province du champ du secteur concerné par les pratiques.
223. Tout d'abord, la réglementation spécifique applicable aux agences de mannequins ainsi que les règles relatives aux minima salariaux couvrent l'ensemble du territoire français et doivent être respectés tant par les agences parisiennes que par celles de province.
224. Ensuite, les agences de province étaient, pendant toute la période des pratiques, adhérentes aux mêmes syndicats que les agences parisiennes et participaient aux mêmes réunions statutaires, et donc aux pratiques poursuivies. En outre, l'agence Hourra a elle-même indiqué qu'elle se référait aux grilles de l'UNAM puis du SYNAM pour déterminer la classification du mannequin en fonction du tarif annoncé par le client (cote 9388).
225. Enfin, le fait que les budgets soient plus contraints en province ne signifie pas que le point de départ de la négociation commerciale n'ait pas été faussé par la diffusion de grilles tarifaires qui ne reflétaient pas les seuls minima légaux et conventionnels.
226. L'argument sera donc rejeté.
227. Il convient donc de retenir un marché géographique des prestations de mannequinat rendues par les agences de mannequins couvrant l'ensemble du territoire français.

C. SUR LE BIEN FONDÉ DES GRIEFS

228. Seront successivement abordées ci-après :
 - l'analyse des pratiques poursuivies au titre du grief n° 1 (1) ;
 - l'analyse des pratiques poursuivies au titre du grief n° 2 (2) ;
 - l'imputabilité des pratiques (3).

1. SUR LE GRIEF N° 1

229. Il convient, dans un premier temps, de rappeler les principes qui guident la mise en cause d'un syndicat professionnel (a), puis dans un deuxième temps, d'analyser leur application au cas d'espèce (b), et enfin, de déterminer la durée de cette infraction (c).

a) Rappel des principes

Sur la mise en cause d'un syndicat professionnel

230. Selon une pratique décisionnelle et une jurisprudence constantes, les syndicats et les organisations professionnelles ne sont pas soustraits à l'application des règles de concurrence.
231. Le Conseil de la concurrence a ainsi considéré, dans sa décision n° 04-D-07 du 11 mars 2004 relative à des pratiques dans le secteur de la boulangerie dans le département de la Marne que : « Une organisation syndicale ou un ordre professionnel, lorsqu'il sort de la mission d'information, de conseil et de défense des intérêts professionnels que la loi lui confie et

qu'il intervient sur un marché, est, au sens du droit de la concurrence, une entreprise susceptible d'être sanctionnée sur le fondement de l'article L. 420-1 du code de commerce » (paragraphe 94).

232. Dans le même sens, la cour d'appel de Paris a jugé, dans un arrêt du 6 juin 2013, rendu sur recours formé contre la décision n° 12-D-02 du 12 janvier 2012 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de l'ingénierie des loisirs, de la culture et du tourisme, que « *si un organisme professionnel peut diffuser des informations destinées à apporter une aide à ses membres dans l'exercice de leur activité, l'aide qu'il leur apporte ne peut toutefois avoir ni pour objet, ni pour effet de les détourner d'une appréhension directe de leur stratégie commerciale et de leurs propres coûts qui leur permette d'établir leurs prix individuellement et de manière indépendante* » (arrêt de la cour d'appel de Paris du 6 juin 2013, *Gefil*, n° 2012/02945, page 8. Voir également l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 29 janvier 2008, *UFOP*, n° 2007/04524, page 6).
233. Il ressort en effet tant de la pratique décisionnelle de l'Autorité que d'une jurisprudence constante qu'une pratique anticoncurrentielle peut résulter de différents actes émanant des organes d'un groupement professionnel, tel qu'un règlement professionnel, un règlement intérieur, un barème ou une circulaire. Ainsi, « *l'élaboration et la diffusion, à l'initiative d'un syndicat professionnel, d'un document destiné à l'ensemble de ses adhérents peuvent en effet constituer une entente, une action concertée contraire à l'article L. 420-1 du code de commerce si ceux-ci ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence* » (arrêt précité du 6 juin 2013, *Gefil*, page 8. Voir également décision n° 07-D-41 du 28 novembre 2007 relative à des pratiques s'opposant à la liberté des prix des services proposés aux établissements de santé à l'occasion d'appels d'offres en matière d'examens anatomo-cyto-pathologiques, paragraphe 111).
234. L'élaboration et la diffusion, à l'initiative d'un syndicat ou d'une organisation professionnelle, d'un document destiné à l'ensemble de ses adhérents peuvent donc constituer une entente contraire à l'article L. 420-1 du code de commerce si celle-ci a pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence.
235. Par conséquent, une organisation syndicale, lorsqu'elle sort de la mission d'information, de conseil et de défense des intérêts professionnels que la loi lui confie, en adoptant un comportement de nature à influencer directement ou indirectement sur la concurrence que se livrent ses membres, enfreint l'article L. 420-1 du code de commerce.

Sur l'objet anticoncurrentiel de l'élaboration et de la diffusion par un syndicat professionnel de grilles tarifaires à ses membres

236. L'article L. 420-1 du code de commerce prohibe expressément les actions concertées, conventions, ententes expresses ou tacites entre les entreprises lorsqu'elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, notamment lorsqu'elles tendent à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ou en limitant ou contrôlant la production.
237. La pratique décisionnelle du Conseil de la concurrence a ainsi considéré à plusieurs reprises que l'élaboration et la diffusion par un syndicat professionnel d'éléments portant sur la détermination des tarifs, même s'ils ne revêtent pas un caractère impératif, constituent des pratiques concertées ayant un objet anticoncurrentiel (décision du Conseil de la concurrence n° 97-D-45 du 10 juin 1997 relative à des pratiques mises en œuvre par le Conseil national de l'ordre des architectes, page 12).

238. Dans sa décision n° 07-D-21 du 26 juin 2007, le Conseil a ainsi considéré que la diffusion par l'UFOP d'une formule de révision de prix « *a pu inciter les entreprises à l'appliquer de manière mécanique, sans tenir compte de leurs propres réalités économiques (...). Elle est donc de nature à porter atteinte à l'autonomie des entreprises dans la fixation de leurs prix. Cette pratique a un objet anticoncurrentiel.* » (décision du Conseil de la concurrence n° 07-D-21 du 26 juin 2007 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la location-entretien du linge, paragraphe 84).
239. Dans sa décision n° 07-D-05 du 21 février 2007, le Conseil a précisé que « *la circonstance que le système de détermination des prix ne soit pas appliqué par la totalité des professionnels, ou qu'il ait été conçu dans un souci de simplification, ne suffit pas à retirer à une telle pratique son caractère anticoncurrentiel* » (paragraphe 63 de la décision).
240. Plus récemment, la cour d'appel de Paris a jugé, dans son arrêt du 6 juin 2013 précité (page 8) : « *qu'en particulier, les pratiques d'organisations professionnelles qui diffusent à leur membres sous couvert d'une aide à la gestion, des tarifs ou des méthodes de calcul de prix qui ne prennent pas en considération les coûts effectifs de chaque entreprise sont prohibées par l'article L. 420-1 du Code de commerce ; Qu'en effet, la diffusion de tels documents, même lorsqu'ils ne revêtent pas un caractère impératif, dans la mesure où ils fournissent à chaque entreprise une indication sur les prix ou les taux de hausse considérés comme "normaux" dans la profession, peuvent avoir pour effet d'inciter les concurrents à aligner les comportements sur celui des autres, entravant ainsi la liberté de chaque entreprise de fixer ses prix en fonction de ses propres données* ».

Sur l'application du I, 1° de l'article L. 420-4 du code de commerce

241. L'article L. 420-4, I, 1° du code de commerce prévoit que « *ne sont pas soumises aux dispositions des articles L. 420-1 et L. 420-2 les pratiques qui résultent de l'application d'un texte législatif ou d'un texte réglementaire pris pour son application* ».
242. Le Conseil de la concurrence a considéré que ces dispositions ne peuvent exonérer que les pratiques constituant une conséquence inéluctable de l'application de textes législatifs ou réglementaires (décision n° 96-D-18 du 26 mars 1996 relative à des pratiques mises en œuvre par le conseil régional de l'ordre des architectes d'Auvergne et des cabinets d'architecture à l'occasion d'un marché public, page 7) ou encore si le texte invoqué ne laisse subsister aucune possibilité à l'entreprise (décision n° 07-D-50 du 20 décembre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution de jouets, paragraphe 678).
243. Enfin, comme l'a rappelé l'Autorité de la concurrence dans l'affaire des « Banques », « *Conformément à la jurisprudence communautaire, l'Autorité de la concurrence considère que le fait que des pratiques anticoncurrentielles aient été approuvées ou encouragées par les pouvoirs publics n'est pas suffisant pour dégager les entreprises mises en cause de leur responsabilité. L'intervention publique ne peut constituer une telle cause d'exonération que si le cadre juridique qu'elle fixe est contraignant (voir, en ce sens, la décision du Conseil de la concurrence n° 05-D-10 du 15 mars 2005 relative à des pratiques mises en œuvre sur le marché du chou-fleur de Bretagne)* » (décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-D-28 du 20 septembre 2010 relative aux tarifs et aux conditions liées appliquées par les banques et les établissements financiers pour le traitement des chèques remis aux fins d'encaissement, paragraphe 299).

b) Application à l'espèce

Sur la preuve de l'élaboration et de la diffusion de grilles tarifaires syndicales

244. Le dossier comporte des grilles tarifaires annuelles du SAM (« *Prises de vue et tournage publicitaire - défilés* » et « *Rédactionnel* ») pour les années suivantes : entre 1986 et 1995, en 1997 et en 1998, puis en 2003 et en 2005 (cotes 9843 à 9867 et cote 9744).
245. Le dossier comporte des grilles tarifaires annuelles de l'UNAM (« *Prises de vue et tournage publicitaire - défilés* » et « *Rédactionnel* »), de manière continue, pour les années 2000 à 2009 (cotes 9822 à 9841 et 11 231 à 11 232, et cote 25).
246. Le dossier comporte des grilles tarifaires annuelles du SYNAM (« *Prises de vue et tournage publicitaire - défilés* » et « *Rédactionnel* ») concernant les années 2010 et 2011 (cotes 30, cotes 171 et 172, cote 11230).
247. Par ailleurs, comme cela ressort des paragraphes 77 à 81, les pièces du dossier témoignent du fait que les grilles tarifaires annuelles élaborées et diffusées par les syndicats étaient distinctes des grilles de rémunération minimale des mannequins issues de la NAO.
248. Les grilles tarifaires étaient, selon divers témoignages convergents exposés aux paragraphes 124 à 127, adoptées et actualisées annuellement en assemblée générale des syndicats, après prise en compte de l'évolution des salaires induites par la NAO avec les partenaires sociaux.
249. Elles étaient ensuite diffusées par les syndicats par courrier, par courriel et *via* leur site internet (cotes 9925 à 9927, cote 2845, cote 10099, cote 3984, cote 8717, cote 11215).
250. Il ressort des éléments du dossier que le SAM, l'UNAM et le SYNAM ont élaboré et diffusé à leurs membres des tableaux de tarifs de vente des prestations d'agences de mannequins, distincts des tableaux de rémunérations minimales.

Sur l'objet anticoncurrentiel des grilles tarifaires syndicales

Analyse de l'Autorité

251. Il ressort des éléments du dossier que, si les grilles tarifaires syndicales prenaient en compte les règles imposées par la convention collective et le code du travail en matière de rémunération des mannequins, les tarifs ne constituaient pas la stricte reprise de ces salaires minima, mais incluaient également la marge commerciale des agences.
252. En premier lieu, le préambule des grilles tarifaires syndicales indiquait : « *ces tarifs s'entendent hors taxes et comprennent toutes les charges et la commission d'Agence* » (soulignement ajouté, cote 171 (SYNAM), cote 9841 (UNAM), cote 9867 (SAM)).
253. En deuxième lieu, la comparaison effectuée aux paragraphes 78 à 79 entre les tableaux de salaires minima et ceux reprenant les tarifs syndicaux montre une réelle autonomie entre ces grilles. Les tarifs syndicaux sont clairement déconnectés des minima sociaux, avec des écarts pouvant atteindre jusqu'à trois fois ces derniers. De plus, cette même comparaison atteste de l'absence de correspondance entre l'évolution des grilles tarifaires syndicales et celle des minima issus de la NAO.
254. En troisième lieu, l'inclusion d'une marge commerciale dans les grilles tarifaires syndicales est attestée par plusieurs déclarations, en particulier :
 - celles de Mme C..., dans le cadre de son audition devant la DGCCRF: « *Ils [les tarifs] sont composés du salaire brut des mannequins fixés par la convention collective plus les congés payés, les charges patronales, plus la commission d'agence client* »

(maximum 20 %). La marge brute de l'agence est d'environ 30 % » (soulignement ajouté, cote 99) ;

- celles du directeur exécutif de Next: « *Nous pensons que les tableaux du SYNAM sont élaborés sur la base de la convention collective et qu'ils prennent en compte outre les dispositions du code du travail, les usages mis en œuvre dans la profession et les clients en termes de pourcentages de commissions* » (soulignement ajouté, cote 7204) ;
- celles de l'ancien président de l'UNAM : « *Ces tarifs comprennent également les charges sociales et la marge de l'agence* » (soulignement ajouté, cote 270).

255. En quatrième et dernier lieu, les éléments du dossier témoignent du fait que les prix figurant sur les grilles syndicales pouvaient être négociés à la baisse (voir notamment cote 8847) ou appliqués strictement (cas de la *Fashion Week*, par exemple), ce qui serait impossible s'il s'agissait de minima salariaux devant obligatoirement être versés aux mannequins par les agences.

256. Par conséquent, les grilles syndicales contenaient des éléments de détermination des prix des prestations des agences de mannequins relevant en principe de leur politique commerciale propre et devant être déterminés en fonction de leurs coûts propres ou de leur stratégie commerciale. Elles avaient donc un objet anticoncurrentiel.

Arguments des mises en cause

◆ Sur le cadre législatif et conventionnel

257. Le SYNAM ainsi que plusieurs agences (DI, Crystal, IMG, Enjoy, City, Exception, Marilyn, New Madison, Smith & Smith et Perfect) rappellent que le cadre législatif et conventionnel impose le respect d'un double plancher pour le salaire des mannequins, dont l'un est calculé en fonction des tarifs des agences de mannequins, et l'autre en fonction de la revalorisation des salaires minima. Dans ce contexte, les syndicats représentatifs de la profession auraient agi uniquement afin d'informer leurs membres des revalorisations annuelles à la suite des NAO. L'agence Major affirme de son côté que les grilles tarifaires correspondraient à la structure tarifaire édictée par la convention collective et que les accords conclus entre partenaires sociaux n'entreraient pas dans le champ d'application de l'article L. 420-1 du code de commerce.

258. Toutefois, comme indiqué ci-dessus (paragraphe 77 à 81), les tarifs élaborés et diffusés par le SAM, l'UNAM, puis le SYNAM ne constituaient pas la simple reprise des règles salariales applicables aux prestations de mannequinat, mais établissaient en commun le prix total demandé au client, incluant non seulement la rémunération du mannequin mais également la marge de l'agence.

259. S'il est exact que les grilles tarifaires prennent en compte les dispositions imposées par la convention collective et le code du travail, il a été démontré qu'elles contiennent des éléments de détermination des prix des prestations des agences de mannequins relevant en principe de leur politique commerciale propre et allant au-delà des exigences requises par les dispositions légales et conventionnelles.

260. Le fait que les grilles tarifaires syndicales prennent assise sur les minima sociaux n'est en effet pas de nature, contrairement à ce que soutiennent les agences, à les priver de leur objet anticoncurrentiel.

261. De même, la pratique d'élaboration et de diffusion de grilles syndicales ne saurait donc bénéficier de l'exemption de l'article L.420-4 I 1° du code de commerce, dans la mesure où ces grilles ne reflètent pas *stricto sensu* le cadre législatif applicable.

◆ Sur l'abrogation de l'ancien régime des prix administrés dans le secteur

262. La société Hourra prétend qu'il n'est pas démontré que les arrêtés réglementant les prix dans le secteur des agences de mannequins ont été abrogés (cotes 22416 et 22430 à 22 432).
263. Or, comme indiqué aux paragraphes 40 à 44, le régime de prix administrés des prestations de services afférentes aux mannequins était pris sous l'empire de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 relative aux prix et de l'ordonnance n° 45-1484 relative à la constatation, la poursuite et la répression des infractions à la réglementation économique, toutes deux abrogées par l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence.
264. Par conséquent, les prix administrés dans ce secteur ont effectivement disparu à compter du 1^{er} janvier 1987.
265. Pour autant, les pratiques du SAM et de l'UNAM puis du SYNAM ont perduré alors que les prix du secteur étaient devenus libres.
266. Au surplus, le fait que l'élaboration et la diffusion de grilles tarifaires s'inscrivent dans la continuité d'une ancienne pratique autorisée de prix administrés n'enlève pas à cette pratique son caractère anticoncurrentiel dès lors que celle-ci a perduré alors que les prix du secteur n'étaient plus encadrés.
267. L'argument sera donc écarté.

◆ Sur la connaissance par les pouvoirs publics des grilles tarifaires syndicales

268. Le SYNAM soutient que les pouvoirs publics avaient connaissance de ces grilles, dans la mesure où elles étaient nécessaires pour l'obtention de la licence leur permettant d'exercer une activité d'agence de mannequins en France et ce, dans un contexte de continuité d'une ancienne pratique autorisée de prix administrés (voir par exemple cotes 25986 et 25987).
269. En premier lieu, il est rappelé que la circonstance selon laquelle les pouvoirs publics avaient connaissance des pratiques anticoncurrentielles n'est pas de nature à dégager les entreprises mises en cause de leur responsabilité.
270. En second lieu, il ne relève pas de la compétence des autorités chargées de délivrer les licences d'État aux agences de mannequins de vérifier la conformité des grilles tarifaires syndicales au droit de la concurrence, mais de s'assurer de la viabilité économique du projet sur la base d'un budget prévisionnel et d'une étude de marché produite par les candidats à la licence d'État.
271. Il revenait donc aux agences de mannequins de présenter un budget en fonction de leurs coûts propres et des prévisions de marges estimées par chacune et non de se baser sur les tarifs syndicaux pour obtenir la licence d'État.
272. L'argument sera donc écarté.

◆ Sur le contenu des tarifs syndicaux

273. L'autonomie des grilles tarifaires syndicales par rapport aux minima sociaux est contestée par le SYNAM, qui estime que l'évolution constatée des grilles syndicales proviendrait du fait qu'elles incluent les charges salariales, dont la hausse considérable aurait conduit mécaniquement à une évolution plus rapide par rapport aux minima sociaux (cote 25986).
274. Toutefois, l'augmentation des charges sociales ne saurait expliquer à elle seule le fait que les tarifs syndicaux étaient jusqu'à trois fois supérieurs aux salaires conventionnels (voir à ce sujet paragraphes 77 à 81). L'argument sera donc écarté.

◆ Sur le caractère contraignant des grilles tarifaires

275. L'agence New Madison soutient qu'une diffusion de grilles tarifaires indicatives ne saurait être assimilée à une diffusion de consignes de prix et qu'il n'est pas démontré en l'espèce que les syndicats auraient mis en œuvre des mesures contraignant les agences à se conformer aux prix syndicaux (voir par exemple cotes 28662 à 28 664).
276. Pour autant, conformément à la pratique décisionnelle susvisée, l'élaboration et la diffusion par un syndicat professionnel d'éléments portant sur la détermination des tarifs, même s'ils ne revêtent pas un caractère impératif, constituent des pratiques concertées ayant un objet anticoncurrentiel.
277. Ensuite, comme cela ressort des paragraphes 90 à 98 de la présente décision, les syndicats ont créé et maintenu une confusion dans l'esprit des agences entre les grilles tarifaires et les minima sociaux devant être respectés en application de la convention collective et du code du travail, ce qui a renforcé l'incitation des agences de mannequins à utiliser les tarifs syndicaux.
278. À titre d'exemple, le directeur financier de l'agence Ford a d'ailleurs confirmé la différence entre les grilles tarifaires syndicales et les minima salariaux, en indiquant : « *Il existe aujourd'hui une confusion entre les taux de salaire minima par qualification (T7, T8,...) des mannequins définis par la convention collective et renégociés tous les ans et les tarifs existant aujourd'hui, diffusés par le SYNAM et qui sont des tarifs d'agence* » (cote 1814).
279. Enfin, l'article 8 du règlement intérieur annexé aux statuts du SYNAM – qui stipule « *Conformément à la convention collective, les membres ne pourront faire de la publicité écrite en diffusant des barèmes tarifaires ou de catégories de mannequins qui leur seraient personnels* » (cote 2881) – tend à proscrire toute diffusion de barème propre par une agence membre du syndicat, étant entendu que, en application de l'article 11 des statuts du SYNAM « *Tout adhérent admis s'engage à respecter les statuts, le règlement intérieur et les décisions du syndicat* » (cote 2868).
280. L'argument sera donc écarté.

◆ Sur l'impact des grilles tarifaires sur le comportement des agences

281. Les agences DI et Crystal affirment que l'article L. 420-1 du code de commerce requiert de démontrer que la diffusion de ces grilles détournait les agences d'une appréhension directe de leur stratégie commerciale. Or, cette preuve ne serait pas rapportée : i) les propos de Mme C... retranscrits dans la notification de griefs ayant été déformés et ii) la marge brute mentionnée étant par définition propre à chaque agence et ne pouvant être fixée à l'avance. Elles concluent que « *pour ces raisons, le pourcentage évoqué par Madame C... ne peut être qu'une approximation et ne saurait à lui seul prouver que les agences auraient omis d'appréhender librement leurs prix* » (voir par exemple cotes 25715 et 25716).
282. Cependant, comme cela ressort des paragraphes 99 à 102, les agences de mannequins ont utilisé les grilles tarifaires syndicales comme base de référence pour les négociations, lorsque ces dernières existaient. Les tarifs syndicaux ont en outre été systématiquement appliqués pendant certaines périodes de l'année, en particulier durant la « *Fashion Week* » (paragraphes 103 à 105).
283. En se substituant au référentiel légal des minima salariaux des mannequins définis par la convention collective, les tarifs syndicaux incluant le taux de marge défendu par le SAM, l'UNAM et le SYNAM – que les agences se sont appropriées – ont biaisé le point de départ des négociations commerciales en faveur des agences de mannequins. Les constats de la

DGCCRF de taux d'application différenciés, et plus spécifiquement, le fait que les tarifs pratiqués aient été plus bas en province qu'en région parisienne, ne sont pas de nature à remettre en cause l'objet anticoncurrentiel des pratiques.

284. De surcroît, les grilles tarifaires syndicales ont pu favoriser l'alignement des prix sur le marché, ce qui est attesté par plusieurs déclarations d'agences de mannequins :
- le PDG de l'agence Animus (ancien président de l'UNAM) a ainsi déclaré : « *Tout ceci était destiné à assurer un minimum aux mannequins. Ces tarifs comprennent également les charges sociales et les marges de l'agence. Cela conduirait à ce que les agences pratiquent toutes le même taux de commission, et toutes le même montant facturé. Donc, à un alignement de tarifs* » (soulignement ajouté, cote 270) ;
 - l'agence KLRP (qui n'était pas membre du SYNAM) a déclaré : « *nous pratiquons les tarifs qui sont pratiqués par tout le monde, c'est-à-dire les tarifs diffusés par le SYNAM sur leur site internet. Ces tarifs sont principalement utilisés pour les magazines et pour les défilés* » (soulignement ajouté, cote 2845).
285. Par ailleurs, les agences Major et Viva soutiennent que les grilles tarifaires syndicales auraient eu un effet modérateur en limitant les effets de l'inflation (voir par exemple cotes 27061 et 27062).
286. Toutefois, les grilles étaient réévaluées chaque année en prenant en compte l'évolution des salaires minima eux-mêmes réévalués annuellement par les partenaires sociaux au regard de paramètres économiques tels que l'inflation. En outre, sur la période 2004-2010, l'évolution des tarifs (en moyenne 18,5 % pour les tarifs T7, T8 et T9) a été supérieure à celle de l'inflation (12 %).
287. Les arguments seront donc écartés.

c) Durée et prescription des pratiques

Principes

Sur la preuve de la durée de pratiques anticoncurrentielles

288. Pour déterminer la durée d'une infraction aux règles de la concurrence, il convient de rechercher la période qui s'est écoulée entre la date de son commencement et la date à laquelle il y a été mis fin.
289. Les pratiques anticoncurrentielles revêtent le caractère de pratiques continues lorsque l'état délictuel se prolonge dans le temps par la répétition constante ou la persistance de la volonté de l'auteur après l'acte initial (arrêt de la Cour de cassation du 15 mars 2011, Établissements Guy Joubert, pourvoi n° 09-17.055, approuvant sur ce point l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 29 septembre 2008, Établissement A. Mathé. Arrêt de la Cour de cassation du 11 juin 2013, Marionnaud parfumerie, n° 12-13.961, ainsi que l'arrêt de la cour d'appel du 29 mars 2012, Lacroix Signalisation, n° 2011/01228, page 10).
290. La continuité d'une pratique peut être établie notamment par l'existence d'actions manifestant son maintien, par la répétition de l'accord anticoncurrentiel ou compte tenu du fait qu'il est resté en vigueur et a conservé, de façon continue, son objet et ses effets, actuels et potentiels.
291. Sur la question de la preuve de la continuité de pratiques anticoncurrentielles, la cour d'appel de Paris a jugé que constituait une pratique continue un ensemble de « *faits, qui se sont renouvelés régulièrement sur une dizaine d'années, [qui] n'étaient pas des actes isolés mais*

s'inscrivaient dans une politique d'élaboration et d'harmonisation des prix ayant perduré pendant plusieurs années sans présenter d'interruption significative » (arrêt de la cour d'appel de Paris du 29 septembre 2009, n°2008/12 495, Etablissements A. Mathé).

Sur la prescription de pratiques anticoncurrentielles

292. S'agissant de la question de la prescription de pratiques anticoncurrentielles, l'article L. 462-7 du code de commerce dispose que « *L'Autorité ne peut être saisie de faits remontant à plus de cinq ans s'il n'a été fait aucun acte tendant à leur recherche, leur constatation ou leur sanction* ».
293. Selon une jurisprudence constante, la détermination du point de départ du délai de prescription dépend de la manière dont les faits se sont déroulés dans le temps. Si, pour les pratiques à caractère instantané, le point de départ du délai de prescription est le lendemain de l'acte constitutif de l'infraction, pour les pratiques à caractère continu, le point de départ de ce délai est le lendemain du jour où le comportement infractionnel a cessé (arrêt de la cour d'appel de Paris du 29 mars 2012, Lacroix Signalisation, n° 2011/01228, page 10).

Application au cas d'espèce

Arguments des mises en cause

294. Le SYNAM soutient que la continuité de l'infraction depuis 1987 n'est pas démontrée, de sorte que l'Autorité ne saurait être saisie de faits antérieurs à la date du 26 juillet 2006, soit cinq ans avant la date de la saisine d'office n° 11-SO-13 de l'Autorité de la concurrence. Il souligne en particulier qu'il n'est pas établi que le SAM aurait diffusé de manière continue les grilles tarifaires syndicales et que le dossier ne contiendrait aucun autre élément permettant de démontrer l'existence d'un processus d'adoption de ces grilles tarifaires chaque année (cotes 25981 à 25 984).

Analyse de l'Autorité

295. L'Autorité constate que les éléments présents au dossier ne permettent pas d'étayer suffisamment la continuité, sans interruption significative, de l'élaboration et de la diffusion de grilles tarifaires par le SAM pour la période allant de 1998 à 2009.
296. En revanche, s'agissant des grilles élaborées et diffusées par l'UNAM, la continuité de cette pratique est attestée, à tout le moins, pour la période allant de 2000 à 2009. Le même comportement a ensuite été prolongé, dans les mêmes termes et sous les mêmes formes, par le SYNAM à partir du 6 février 2009 et jusqu'à la fin de l'année 2010.
297. Par ailleurs, comme indiqué précédemment (paragraphe 82 à 84), les grilles tarifaires syndicales étaient généralement publiées au début du mois de janvier et étaient applicables à tout le moins pour l'ensemble de l'année civile.
298. L'Autorité retiendra donc une durée de la pratique visée par le grief n° 1 couvrant la période allant du 1^{er} janvier 2000 au 31 décembre 2010.
299. Enfin, dès lors qu'il vient d'être démontré que la pratique en cause s'est déroulée de manière continue du début de l'année 2000 à la fin de l'année 2010, la prescription n'est pas acquise pour ces faits.

d) Conclusion

300. Il résulte de ce qui précède que l'UNAM puis le SYNAM sont sortis de leur mission première d'information, de conseil et de défense des intérêts professionnels de leurs membres et se sont livrés, en élaborant et en diffusant des grilles tarifaires annuelles à leurs membres, à une pratique dont l'objet était de faire obstacle à la fixation des prix par le jeu du marché. Cette pratique est anticoncurrentielle par son objet même. Cette pratique mise en œuvre de manière continue du début de l'année 2000 à la fin de l'année 2010 est contraire à l'article L. 420-1 du code de commerce.

2. SUR LE GRIEF N° 2

301. Il convient d'aborder successivement : les conséquences de la mise en œuvre de la procédure de non-contestation des griefs (a), l'accord de volonté (b), le caractère anticoncurrentiel des réunions syndicales (c) et la participation individuelle de chacune des entreprises mises en cause (d).

a) Sur les conséquences de la mise en œuvre de la procédure de non-contestation des griefs

Principes

302. L'organisme ou l'entreprise qui choisit de solliciter le bénéfice de la mise en œuvre du III de l'article L. 464-2 du code de commerce dans sa rédaction antérieure au 6 août 2015 doit respecter les conditions imposées à cet égard, en ne contestant pas la réalité des griefs qui lui ont été notifiés.
303. L'intéressé renonce ainsi à contester la matérialité de l'ensemble des pratiques visées par la notification de griefs, la qualification qui en a été donnée au regard des dispositions du droit de l'Union et du code de commerce, ainsi que sa responsabilité dans la mise en œuvre de ces pratiques (arrêt de la cour d'appel de Paris du 29 mars 2012, Lacroix Signalisation e.a., n° 2011/01228, page 23). Cette renonciation doit être claire, complète et dépourvue d'ambiguïté (décision n° 06-D-09 du 11 avril 2006 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la fabrication des portes, paragraphe 303 et décision n° 10-D-39 du 22 décembre 2010 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la signalisation routière verticale, paragraphe 425).
304. La renonciation à contester les griefs suffit pour permettre à l'Autorité de considérer que l'ensemble des infractions en cause sont établies à l'égard des parties qui ont fait ce choix procédural. Seule doit être discutée la question de la participation aux pratiques anticoncurrentielles des parties qui n'ont pas renoncé à contester les griefs (voir, en ce sens, arrêt de la cour d'appel de Paris du 26 janvier 2010, Adecco France e.a., RG n° 2009/03532, page 10, et sur pourvoi arrêt de la Cour de cassation du 29 mars 2011, Manpower France e.a., n° 10-12913 ; voir également décision n° 11-D-07 du 24 février 2011 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des travaux de peinture d'infrastructures métalliques, paragraphe 113).
305. Toutefois, comme indiqué dans le communiqué de procédure du 10 février 2012 relatif à la procédure de non-contestation des griefs, « [l]orsqu'elle estime que des circonstances particulières le justifient, l'Autorité peut néanmoins être conduite à ne pas retenir tout ou

partie d'un ou plusieurs griefs, nonobstant le fait qu'il(s) n'a ou n'ont pas été contesté(s) » (point 42 du communiqué).

Application au cas d'espèce

306. En l'espèce, le grief n° 2 n'a pas été contesté par les entreprises Dynamite, Ovation et People. Il est donc établi à leur égard sous réserve, dans les circonstances particulières de l'espèce, de la durée de l'infraction (paragraphes 382 et suivants).
307. Il demeure en revanche nécessaire de démontrer la participation à la pratique des autres parties n'ayant pas fait ce choix procédural.
308. Afin de déterminer si les pratiques visées par le grief n° 2 sont caractérisées à leur égard, il convient d'apprécier si l'accord de volonté et l'objet anticoncurrentiel des pratiques sont établis en ce qui les concerne.

b) L'accord de volonté

La mise en cause des membres d'une organisation professionnelle en droit national

309. Lorsque le seul droit national est applicable, l'Autorité a rappelé, dans sa décision n° 12-D-02 du 12 janvier 2012 précitée (confirmée par la cour d'appel de Paris, arrêt du 6 juin 2013, Géfil, n° 2012/02945, page 15), le standard de preuve concernant une concertation anticoncurrentielle se déroulant au cours de réunions tenues dans le cadre d'une organisation professionnelle :

« Le seul fait d'avoir participé à une réunion tenue dans le cadre statutaire d'une organisation professionnelle – assemblée générale ordinaire d'une fédération départementale professionnelle dans le cas de la boulangerie (voir la décision n° 04-D-07 du 11 mars 2004 relative à des pratiques relevées dans le secteur de la boulangerie dans le département de la Marne), assises nationales, conseil d'administration, commission économique ou bureau d'une fédération nationale dans le cas du négoce d'appareils sanitaires ou de chauffage (voir la décision n° 06-D-03 déjà citée) – dont l'ordre du jour aurait dans les faits évolué vers un objet anticoncurrentiel – ne suffit pas à caractériser l'adhésion des entreprises à l'entente.

En effet, dans un tel cas, l'entreprise régulièrement convoquée n'est pas en mesure de connaître l'objet anticoncurrentiel de cette réunion.

Dans ce contexte, le Conseil a considéré, dans ces deux affaires, que le concours de volonté était démontré lorsque l'entreprise, ayant participé ou non à cette réunion, a adhéré à l'entente par la preuve de son accord à l'entente de prix, la diffusion des consignes arrêtées lors de cette réunion ou par l'application des mesures concrètes décidées par cette réunion ou encore lorsque l'entreprise a participé à une réunion ultérieure ayant le même objet anticoncurrentiel » (paragraphe 111).

310. Aux termes de la pratique décisionnelle, le seul fait d'avoir participé à une seule réunion tenue dans le cadre statutaire d'une organisation professionnelle est donc insuffisant pour démontrer l'adhésion d'une entreprise à une entente, lorsque l'entreprise n'est pas en mesure d'appréhender le caractère anticoncurrentiel de la réunion et qu'il ne lui est révélé que par une évolution imprévisible de l'ordre du jour, dans la mesure où sa bonne foi a pu être surprise, compte tenu du cadre statutaire dans lequel la réunion se déroulait. En revanche, si le caractère anticoncurrentiel de la réunion est suffisamment révélé à l'entreprise et qu'elle y participe en toute connaissance de cause, cela suffit à caractériser son adhésion volontaire à l'entente, sans qu'il soit nécessaire de démontrer qu'elle y a souscrit par d'autres moyens.

311. Dans l'hypothèse où le caractère anticoncurrentiel d'une réunion n'était pas prévisible, l'adhésion à l'entente peut toutefois être démontrée si l'entreprise en cause donne son accord exprès à l'entente, si elle diffuse les consignes arrêtées lors de la réunion, si elle applique les mesures concrètes décidées lors de la réunion ou enfin si elle participe à une autre réunion ayant le même objet anticoncurrentiel.
312. En particulier, il ne peut être considéré que la bonne foi des participants a été surprise si les pièces du dossier permettent de démontrer que ces derniers ont exprimé leur accord exprès à l'entente. Ainsi, dans sa décision n° 05-D-27 du 15 juin 2005 relative à des pratiques relevées dans le secteur du thon blanc, le Conseil de la concurrence a relevé que « *les termes employés [dans les compte rendus de réunions des organisations de producteurs dans le cadre du FIOM] sont sans ambiguïté quant au fait qu'il s'agit de décisions prises en commun par l'ensemble des participants et dont l'objet est bien la fixation de prix "minimum" et de prix "communs"* » et que « *ces compte rendus ne font mention d'aucune réserve ou opposition manifestée par une organisation de producteur en particulier (...)* » pour en conclure que « *le fait, pour des organisations de producteurs, de participer à des réunions où ont été décidés des prix minima communs, ne laisse aucun doute sur leur volonté de participer à une concertation sur les prix, car la nature même de ces décisions établit leur caractère anticoncurrentiel, quand bien même il serait constaté, comme c'est le cas pour deux d'entre elles, une seule participation à ces réunions* » (paragraphe 39 à 41).

L'utilisation d'un faisceau d'indices

313. La preuve des pratiques anticoncurrentielles peut résulter soit de preuves se suffisant à elles-mêmes, soit d'un faisceau d'indices graves, précis et concordants constitué par le rapprochement de divers éléments recueillis au cours de l'instruction (arrêt de la cour d'appel de Paris du 16 septembre 2010, Raffali & Cie, n° 2009/24 813, page 7).
314. La preuve de l'accord de volonté peut donc être rapportée par des éléments documentaires (documents internes à l'entreprise, comptes rendus de réunions etc.) que l'entreprise peut compléter par des explications écrites ou des déclarations orales. Pour apprécier la valeur probante d'une déclaration ou d'un document, il faut, en s'inspirant de ce que jugent les juridictions européennes : « *en premier lieu vérifier la vraisemblance de l'information qui y est contenue. Il faut alors tenir compte, notamment, de l'origine du document, des circonstances de son élaboration, de son destinataire et se demander si, d'après son contenu, il semble sensé et fiable* » (TPICE, 25 octobre 2005, Groupe Danone, T 38/02 ; décision n° 07-D-48 du 18 décembre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du déménagement national et international, paragraphe 186).
315. Par ailleurs, un document régulièrement saisi, quel que soit le lieu où il l'a été, est opposable à l'entreprise qui l'a rédigé, à celle qui l'a reçu et à celles qui y sont mentionnées et peut être utilisé comme preuve par le rapprochement avec d'autres indices concordants, d'une concertation ou d'un échange d'informations entre entreprises (arrêt de la cour d'appel de Paris du 18 décembre 2001, Bajus Transport, n° 2001/09043).

Sur les arguments des mises en cause relatifs à l'accord de volontés

Arguments des mises en cause

316. Les agences IMG, Elite, Success, Nathalie et Women considèrent que la pratique décisionnelle tend à limiter la mise en cause conjointe d'un syndicat et de ses membres aux cas d'actes positifs d'adhésion à l'entente, tels que la participation à l'élaboration de

l'entente ou lorsque l'adhérent a un rôle actif dans le cadre de la diffusion de la consigne syndicale auprès des adhérents (voir par exemple cotes 28339 à 28 363).

317. La notification de griefs ne démontrant pas qu'il existait entre les agences du SYNAM des échanges sur les grilles tarifaires et leur contenu avant leur communication et leur publication, elles estiment qu'aucune participation à une pratique de diffusion tarifaire ne saurait leur être reprochée.
318. Selon l'agence Frimousse, il serait nécessaire de démontrer que l'entreprise mise en cause « *a entendu contribuer par son propre comportement aux objectifs communs poursuivis par l'ensemble des participants "une pratique d'entente anticoncurrentielle ne [pouvant] être sanctionnée que si les entreprises en cause ont librement et volontairement participé à une action concertée, en sachant qu'elle avait pour objet ou pouvait avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur le marché" »* (cote 26065).
319. Les agences Karin, Metropolitan et Rebecca estiment quant à elles que la rédaction du grief n° 2 - qui reproche dans sa première branche aux agences membres du syndicat d'avoir participé à la pratique de diffusion annuelle de grilles tarifaires reprochée au syndicat et, dans sa deuxième branche, d'avoir le cas échéant appliqué les prix recommandés par le syndicat à travers ces grilles tarifaires - méconnaîtrait le fait que l'application de la grille tarifaire diffusée par le syndicat est une condition déterminante d'imputation de la participation individuelle et non une cause distincte et complémentaire (voir par exemple, cotes 26 966 à 26 971).
320. Le grief notifié serait de ce fait discriminatoire en ce qu'il s'abstiendrait de poursuivre des entreprises absentes des réunions du syndicat mais ayant appliqué les tarifs. Il en irait de même d'agences non-membres du syndicat s'étant appropriées les grilles syndicales.

Réponse de l'Autorité

321. L'interprétation avancée par les mises en cause est erronée et opère une analyse trop extensive des spécificités de la pratique décisionnelle de l'Autorité en matière de réunions statutaires d'associations professionnelles. En effet, comme indiqué ci-dessus, la pratique et la jurisprudence exigent, lorsque la participation d'une entreprise intervient au travers d'une réunion anticoncurrentielle dans le cadre d'un syndicat professionnel, des éléments supplémentaires permettant de confirmer l'accord de volontés des participants. Ces éléments peuvent être le caractère prévisible de l'objet anticoncurrentiel de la réunion, la participation à une autre réunion anticoncurrentielle, la diffusion de consignes ou encore l'application des mesures décidées. L'accord de volontés peut également être démontré par des éléments montrant un accord formel à la pratique.
322. Par conséquent, contrairement à ce qu'affirment les mises en cause, il n'est pas nécessaire de démontrer l'existence d'un rôle actif des agences de mannequins dans le cadre des pratiques, mais uniquement la réalité de leur adhésion à celle-ci. De même, l'application effective des tarifs établis par les grilles syndicales ne constitue pas une condition nécessaire pour la démonstration de leur participation.
323. À cet égard, les comparaisons effectuées par les services de la DGCCRF entre les grilles syndicales et les factures de plusieurs agences de mannequins pour décembre 2009 et janvier 2010 ne sont pas nécessaires à la démonstration de l'adhésion des entreprises à l'entente.
324. Les arguments des mises en cause seront donc écartés.

c) Sur le caractère anticoncurrentiel des réunions de l'UNAM et du SYNAM

Principes applicables

325. L'objectif essentiel du droit de la concurrence consiste à ce que tout opérateur économique détermine de manière autonome la politique qu'il entend suivre sur le marché.
326. Chaque entreprise doit s'abstenir rigoureusement de participer à des prises de contact, directes ou indirectes, avec ses concurrents en vue d'échanger sur les politiques commerciales et notamment sur les prix des biens et services qu'elle envisage d'offrir sur le marché. Un tel comportement contrevient au principe d'autonomie dont les entreprises doivent faire preuve lorsqu'elles sont en concurrence sur un marché (voir notamment décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-D-17 du 8 décembre 2011 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des lessives, paragraphe 454, confirmé par la cour d'appel de Paris, 30 janvier 2014, n° 2012/00723).
327. Dans le cas d'accords se manifestant lors de réunions d'entreprises concurrentes, une infraction aux règles de la concurrence est constituée lorsque ces réunions ont pour objet de restreindre, d'empêcher ou de fausser le jeu de la concurrence et visent ainsi à organiser artificiellement le fonctionnement du marché (voir, en ce sens, arrêt de la Cour de justice, C-189/02 du 28 juin 2005, Dansk Rørindustri e.a./Commission, point 145).
328. La pratique décisionnelle de l'Autorité a, à de nombreuses reprises, considéré que les accords sur les prix, pratique citée à l'article L. 420-1 du code de commerce, sont contraires aux règles de concurrence en raison de leur objet même (décision n° 12-D-08 du 6 mars 2012 de l'Autorité de la concurrence, paragraphe 405). Comme il a été dit ci-dessus au paragraphe 236 à 240, l'élaboration et la diffusion par un syndicat professionnel d'éléments portant sur la détermination des tarifs, même s'ils ne revêtent pas un caractère impératif, constituent des pratiques concertées ayant un objet anticoncurrentiel.

Application au cas d'espèce

Les réunions de l'UNAM du 4 février 2005 et du 15 décembre 2006

329. Concernant l'assemblée générale ordinaire de l'UNAM du 4 février 2005 ainsi que le conseil d'administration de l'UNAM du 15 décembre 2006, les comptes rendus de ces deux réunions montrent que les échanges relatifs aux grilles tarifaires se sont bornés, pour l'essentiel, à une information par le syndicat professionnel du fait que celles-ci étaient mises en ligne sur le site Internet de l'UNAM.
330. L'Autorité note en outre que ces deux réunions sont particulièrement isolées dans le temps puisque la notification de griefs n'a retenu aucun autre contact avant le 6 février 2009 et que le dossier ne contient aucun élément d'application contemporain des deux réunions précitées.
331. Par conséquent, l'Autorité écartera ces deux réunions de l'analyse du grief n° 2.

L'assemblée générale ordinaire de l'UNAM du 6 février 2009

332. Si lors de l'assemblée générale ordinaire de l'UNAM du 6 février 2009, les dirigeants de l'UNAM ont évoqué des questions liées à une éventuelle concurrence déloyale entre agences, les déclarations en cause ne permettent pas de caractériser une coordination de la politique tarifaire de la part des agences participant à l'assemblée.
333. Par conséquent, cette réunion ne revêtait pas un objet anticoncurrentiel.

L'assemblée constitutive du SYNAM du 6 février 2009

◆ Analyse du contenu de la réunion

334. Lors de l'assemblée constitutive du SYNAM du 6 février 2009 les entreprises membres présentes ont adopté à l'unanimité les statuts du nouveau syndicat, qui leur avaient été transmis au préalable.
335. Ce faisant, conformément à l'article 11 des statuts du SYNAM qui précise que « *Tout adhérent admis s'engage à respecter les statuts, le règlement intérieur et les décisions du syndicat* », elles se sont également engagées à respecter le règlement intérieur annexé à ces statuts. Ainsi donc, à partir du 6 février 2009, les entreprises membres du SYNAM nouvellement constitué étaient toutes tenues par les dispositions de ce règlement intérieur, qui leur avait été transmis préalablement avec les statuts.
336. Or, l'article 8 du règlement intérieur a un objet anticoncurrentiel, en ce qu'il interdit toute possibilité pour les agences de promouvoir des barèmes tarifaires autres que ceux du SYNAM et empêche dans les faits toute politique tarifaire autonome des agences (« *Conformément à la convention collective, les membres ne pourront faire de la publicité écrite en diffusant des barèmes tarifaires ou de catégories de mannequins qui leur seraient personnels* » (cote 2881)).
337. Par conséquent, à l'occasion de l'assemblée constitutive du SYNAM du 6 février 2009, les membres de ce syndicat se sont accordés – en votant à l'unanimité les statuts du syndicat, en ce compris son règlement intérieur – sur une règle ayant un objet anticoncurrentiel.

◆ Arguments des mises en cause

338. En premier lieu, selon le SYNAM et certaines agences (voir par exemple cotes 19786 et 19787), cet article 8 du règlement intérieur – qui renvoie à la convention collective – ne serait que le reflet du dernier paragraphe de l'article 9 de la convention collective, rédigé comme suit : « *les agences de mannequins ne peuvent diffuser ou promouvoir auprès de leur clientèle des tarifs de prestations qui ne font pas apparaître les classifications réunies dans cet article* ». En d'autres termes, l'article 8 du règlement intérieur interdirait aux agences de mannequins de diffuser ou promouvoir auprès de leur clientèle des tarifs de prestations qui ne font pas apparaître les classifications définies par la convention collective, mais ne prohiberait pas les barèmes personnels.
339. En second lieu, les agences Ford, Viva, Frimousse, Elite, Success et Nathalie estiment quant à elles que les pièces au dossier ne permettent pas de démontrer que le règlement intérieur a été adopté au cours de cette réunion (voir par exemple cote 26946). Les agences City, Exception, Marilyn et Smith & Smith affirment quant à elles que l'article 8 du règlement intérieur n'a pas été évoqué au cours de cette réunion (voir par exemple cotes 28293 et 28294).

◆ Réponse de l'Autorité

340. Concernant le premier argument, la rédaction de l'article 8 du règlement intérieur est sans équivoque : notamment par l'emploi de la conjonction de coordination « ou », elle interdit aux membres du syndicat de diffuser des barèmes tarifaires personnels. La lecture de la convention collective ne permet pas de retenir une autre interprétation de l'article 8 du règlement intérieur, dans la mesure où le dernier alinéa de l'article 9 de ladite convention ne fait qu'imposer la mention des classifications fonctionnelles en cas de diffusion de tarifs à la clientèle, sans pour autant proscrire la diffusion de barèmes personnels.

341. L'interprétation de cet article du règlement intérieur par les mises en cause doit donc être rejetée.
342. S'agissant du second argument, de nombreux indices convergent pour indiquer que les entreprises présentes à l'assemblée constitutive du 6 février 2009 avaient reçu au préalable les statuts du SYNAM, ainsi que le règlement intérieur en annexe.
343. En effet, dans le procès-verbal de l'assemblée générale extraordinaire de l'UNAM du 6 février 2009, il est écrit :
- « [M. F...] présente ensuite les statuts eux-mêmes lesquels ont été envoyés préalablement aux membres. Avant de passer au vote, il informe les membres du calendrier prévu :*
- Les Conseils d'Administration du S.A.M et de l'U.N.A.M ont validé les textes soumis à l'Assemblée Générale Extraordinaire. L'AGE du S.A.M s'est déjà prononcé positivement et si l'AGE de l'U.N.A.M fait de même, une assemblée constitutive est prévue ce jour même ».*
344. Il apparaît également que les statuts du SYNAM ont été envoyés aux membres des deux syndicats (SAM et UNAM) avant l'assemblée constitutive du 6 février 2009. Or, une trace de cet envoi est disponible au dossier. Il s'agit d'un courriel du 4 février 2009 par lequel l'UNAM a transmis lesdits statuts au représentant de l'agence Viva, dans la perspective de l'assemblée constitutive du SYNAM du 6 février 2009 (cotes 3484 à 3501) :
- « Bonsoir Cyril,*
- Veillez trouver ci-joint les statuts du SYNAM.*
- Je sais, puisque j'étais à côté de Chantal hier au moment où elle vous a téléphoné, que vous serez présent ce vendredi à l'Assemblée constitutive.*
- Merci de me faxer votre feuille de présence au 01 47 91 58 06.*
- Dans l'attente de vous rencontrer je vous souhaite une très bonne lecture !*
- Très cordialement*
- Mme C... ».*
345. L'annexe transmise avec ce courriel contient les statuts ainsi que le règlement intérieur. De plus, dans cet envoi, les statuts et le règlement intérieur font l'objet d'une numérotation continue laissant apparaître l'existence d'un seul et même document. Au surplus, on peut noter que le préambule du règlement intérieur précise qu'il « *est annexé aux statuts du SYNAM un règlement intérieur* ».
346. Pour l'ensemble de ces raisons, il est démontré que, lors de l'assemblée constitutive du SYNAM du 6 février 2009, les entreprises présentes avaient eu préalablement communication des statuts et du règlement intérieur du SYNAM et qu'elles ont pu valablement se prononcer sur l'ensemble de ce document au moment de leur adoption en assemblée.
347. Les arguments des mises en cause seront donc écartés.
348. Par conséquent, l'assemblée constitutive du SYNAM du 6 février 2009, au cours de laquelle les participants ont voté à l'unanimité l'adoption de statuts (en ce compris son règlement intérieur) comprenant une disposition interdisant la diffusion de barèmes tarifaires autres que ceux du syndicat, a un objet anticoncurrentiel.

La commission « Films-Pub » du SYNAM du 20 avril 2009

◆ Analyse du contenu de la réunion

349. Lors de cette réunion, les agences présentes se sont accordées pour « *proposer au minimum le T10 pour un tournage TV et le négociateur sous forme horaire si la journée est limitée dans le temps. Les T7, T8 et T9 doivent devenir des exceptions* ».
350. Ces discussions portaient donc sur les tarifs proposés par les agences pour les tournages publicitaires. Dans ce cadre, les participants se sont accordés sur le principe de proposer le tarif T10 aux clients, et d'éviter les tarifs moins élevés (T7, T8 ou T9).
351. Ainsi donc, lors de cette commission « Films-Pub » du 20 avril 2009, les participants sont allés au-delà de l'adoption et l'actualisation de grilles tarifaires communes, puisqu'elles se sont entendues pour limiter la négociation à un seul tarif, en l'occurrence le T10.

◆ Arguments des mises en cause

352. Plusieurs agences considèrent que cette réunion aurait seulement donné lieu « *à une recommandation en matière de tarif minimum applicable aux tournages TV* », consistant à « *proposer au minimum le T10 pour un tournage TV et le négociateur sous forme horaire si la journée est limitée en temps* ». Ainsi, selon Metropolitan et Viva, « *le SYNAM préconise de privilégier les mannequins de cette classification lors de tournages de films publicitaires, ce qui semble logique, le tournage de films publicitaires constituant une prestation justifiant une expérience élevée* » (voir par exemple cote 27070).

◆ Réponse de l'Autorité

353. Tout d'abord, si le tarif T10 « *semble logique* » pour le tournage de films publicitaires, les principes du droit de la concurrence imposent aux entreprises de faire accepter cette « *logique* » par leurs clients de façon individuelle, dans le cadre de leurs négociations commerciales. Rien ne vient justifier que les agences de mannequins s'entendent au préalable sur le tarif qu'elles envisagent de demander à leurs interlocuteurs.
354. Ensuite, contrairement à ce qui est affirmé par les mises en cause, les discussions intervenues lors de la commission « Films-Pub » du 20 avril 2009 s'inscrivaient nécessairement dans le cadre des pratiques relatives aux grilles tarifaires syndicales. En effet, le tarif T10 discuté en réunion ne peut correspondre au salaire minimum des mannequins, puisque ce salaire est payé par l'agence au mannequin, et non par le client à l'agence. En conséquence, les discussions intervenues lors de cette commission doivent s'entendre comme portant sur le prix complet de la prestation, qui faisait par ailleurs l'objet d'une coordination dans le cadre des grilles tarifaires publiées par le SAM, l'UNAM puis le SYNAM.
355. Les arguments des mises en cause seront donc écartés.
356. Par conséquent, la commission « Films-Pub » du SYNAM du 20 avril 2009, au cours de laquelle les participants se sont accordés sur le principe de proposer le tarif T10 aux clients, a un objet anticoncurrentiel.

La commission « Enfants » du SYNAM du 15 octobre 2009

357. Il découle des éléments développés ci-dessus concernant la commission « Enfants » du SYNAM du 15 octobre 2009 que, lors de cette réunion, les participants ont échangé sur le fait que les clients proposaient des tarifs très bas et sur la nécessité de trouver des solutions pour faire remonter les tarifs. Toutefois, aucune solution précise ni aucune mesure particulière n'ont été évoquées.

358. Par conséquent, il convient de considérer que la commission « Enfants » du SYNAM du 15 octobre 2009 ne poursuivait pas l'objet anticoncurrentiel décrit dans le grief n° 2.

La réunion des agences de province du SYNAM du 29 juin 2010

359. Comme indiqué précédemment, il a été décidé lors de cette réunion de demander au Bureau du SYNAM que soit organisé un rendez-vous avec les syndicats salariés signataires de la convention collective « *pour soit solliciter un aménagement de l'article 12 [de la convention] soit la création d'un nouveau tarif inférieur au T7 (T6)* ».

360. Cette demande, qui concerne seulement les relations entre le SYNAM et les syndicats de salariés, et porte uniquement sur la négociation des salaires minima dans le cadre de la convention collective du 22 juin 2004, ne présente aucun caractère illicite.

361. Par conséquent, il convient de considérer que la réunion des agences de province du SYNAM du 29 juin 2010 ne revêtait pas un objet anticoncurrentiel.

L'assemblée générale ordinaire du SYNAM du 7 décembre 2009

◆ Analyse du contenu de la réunion

362. Il ressort des constatations ci-dessus (paragraphe 148 à 154) que, lors de cette assemblée générale, les entreprises membres ont voté une augmentation de 2 % des tarifs des prestations adultes et enfants pour l'année 2010 (cote 3984).

363. Les entreprises présentes lors de l'assemblée générale ordinaire du SYNAM du 7 décembre 2009 ont donc discuté des grilles tarifaires syndicales et de leur application et ont pris des décisions relatives au niveau des prix.

364. En outre, il découle de la rédaction de l'ordre du jour de cette réunion, qui indique en son point 8 le sujet « *politique des prix de ventes 2010 (Mme G...)* » (cote 10283), qu'il était possible pour les entreprises participantes de prévoir que des discussions anticoncurrentielles pouvaient intervenir lors de cette assemblée. En effet, la « *politique des prix de vente* » relève de la stratégie commerciale individuelle de chaque entreprise et ne doit faire l'objet d'aucune discussion entre concurrents dans le cadre d'un syndicat professionnel.

◆ Arguments des mises en cause

365. En premier lieu, s'agissant du caractère prévisible des discussions anticoncurrentielles, les agences City, Exception et Marilyn relèvent que la notification de griefs s'appuie sur un document postérieur à la réunion pour établir son prétendu objet anticoncurrentiel : « *En l'absence de compte-rendu, un document annexe postérieur à l'AG établit que l'assemblée a voté une décision d'augmentation de 2% afin d'établir la grille 2010* ». Or, par définition, un élément postérieur ne pourrait servir de preuve pour établir une prévisibilité exacte (voir par exemple cotes 28295 et 28296).

366. En second lieu, concernant l'objet anticoncurrentiel lui-même, de nombreuses agences (DI, Crystal, Elite, Success, Nathalie, Women, City, Exception, Marilyn, Frimousse, Nouvelle Ere, New Madison, Ford et Viva) relèvent qu'aucun procès-verbal relatant les discussions et les votes qui ont pu intervenir pendant cette assemblée générale ordinaire n'existe au dossier. Il serait dès lors impossible de savoir quels ont été les points discutés (voir par exemple cotes 28358 et 28359). De plus, les documents relatifs à cette réunion figurant au dossier ne feraient état d'aucune adoption de grille tarifaire au cours de ladite réunion.

◆ Réponse de l'Autorité

367. S'agissant du premier argument, le raisonnement des mises en cause ne tient pas compte du fait que, comme indiqué ci-dessus, l'ordre du jour de l'assemblée générale ordinaire du 7 décembre 2009, présent au dossier, prévoyait des discussions sur la « *politique des prix de ventes 2010* » révélant donc l'objet anticoncurrentiel de la réunion.
368. L'argument des mises en cause sera donc écarté.
369. Concernant le second argument, l'Autorité ne peut se fonder sur un quelconque procès-verbal pour cette réunion particulière, puisqu'aucun procès-verbal n'a été dressé, comme le confirme Mme C... : « *Je vous confirme qu'il n'y a pas eu rédaction d'un procès-verbal de l'assemblée générale du 7 décembre 2009. En effet, nous n'avons pas jugé nécessaire à l'époque d'en émettre un, compte tenu du fait que l'ordre du jour correspondait aux documents remis en début de réunion à chaque membre* » (cote 231). Cette déclaration confirme par ailleurs que la réunion a bien porté sur les sujets à l'ordre du jour.
370. Toutefois, plusieurs éléments présents au dossier viennent confirmer que des discussions suivies de décisions collectives relatives au niveau de prix de la grille tarifaire syndicale ont eu lieu lors de cette assemblée générale. Tout d'abord, Mme C... a indiqué, au cours de son audition devant la DGCCRF : « *en 2009, une assemblée générale s'est tenue le 7 décembre. Elle a permis de décider, à mon souvenir, d'une augmentation de 1,5 % [sur les tarifs des prestations mannequins]* » (cote 99).
371. Ensuite, comme démontré précédemment, il ressort d'un courriel du secrétariat général du SYNAM du 9 décembre 2009 adressé aux membres du syndicat que l'assemblée a voté une augmentation de 2 % des tarifs des prestations adultes et enfants pour l'année 2010 (cote 3984).
372. Les arguments des mises en cause seront donc écartés.
373. Par conséquent, il est démontré que l'assemblée générale ordinaire du SYNAM du 7 décembre 2009, au cours de laquelle a été votée une augmentation de 2 % des tarifs des prestations pour l'année 2010, a revêtu un objet anticoncurrentiel qui pouvait être anticipé.

Le conseil d'administration du SYNAM du 8 décembre 2010

◆ Analyse du contenu de la réunion

374. Comme indiqué ci-dessus, lors de cette réunion les entreprises présentes se sont accordées sur la marche à suivre concernant les grilles tarifaires, après la première convocation à audition de la DGCCRF : « *Plus aucune évocation de tarifs et autres données financières lors des réunions, A ce jour la DGGCRF n'a pas dit de ne plus afficher des grilles pour les prestations. Cependant, les tarifs pour la facturation des prestations des mannequins aux clients sont désormais chaque année réévalués après et en fonction de la négociation annuelle des salaires minima avec les partenaires sociaux. Pour l'année 2011, cette négociation devant avoir lieu mi janvier, vous devrez l'utiliser dans vos négociations commerciales jusqu'à la 3ème semaine de janvier 2011 les grilles 2010.* »
375. Les agences présentes au conseil d'administration ont donc décidé en commun de continuer à faire appliquer les grilles tarifaires par les membres du SYNAM dans leurs négociations avec les clients. Elles se sont en effet mises d'accord pour continuer les pratiques de coordination tarifaire au travers des grilles syndicales, et ce malgré l'intervention de la DGCCRF.

◆ Arguments des mises en cause

376. Plusieurs mises en cause (DI, Crystal et Viva) affirment que le fait que le SYNAM ait informé ses membres de l'interdiction d'évoquer des tarifs et autres données financières lors des réunions, tout en préconisant l'utilisation pour l'année 2011 des grilles 2010 jusqu'à la troisième semaine de janvier dans l'attente de la NAO, montrerait que le SYNAM et ses membres n'avaient pas conscience du fait que ces grilles pouvaient être considérées comme une entente sur les prix. Ainsi, le syndicat serait demeuré dans le cadre de sa mission et ne pourrait être condamné pour cela (voir par exemple cote 25900).

◆ Réponse de l'Autorité

377. Il existe une contradiction flagrante entre le fait, d'une part, d'indiquer qu'il ne faut plus évoquer les tarifs et d'autres données financières en réunion et, d'autre part, de considérer qu'il est possible de continuer à utiliser une grille tarifaire établie en commun, qui a précisément pour objet d'uniformiser les pratiques commerciales des agences.

378. Un tel comportement, mis en œuvre alors même que le syndicat faisait l'objet d'une enquête par les services de la DGCCRF, traduit une méconnaissance des principes les mieux établis du droit de la concurrence. Il n'est donc pas possible pour les mises en cause d'invoquer une prétendue ignorance du droit justifiant la décision commune de maintenir l'application des grilles tarifaires illicites.

379. Les arguments des mises en cause seront donc écartés.

380. Par conséquent, la réunion du conseil d'administration du SYNAM du 8 décembre 2010, au cours de laquelle il a été décidé d'utiliser les grilles tarifaires jusqu'à la 3^{ème} semaine de janvier 2011, a revêtu un objet anticoncurrentiel.

Conclusion

381. Il résulte de ce qui précède que les réunions intervenues dans le cadre du SYNAM les 6 février 2009, 20 avril 2009, 7 décembre 2009 et 8 décembre 2010 – qui sont relatives à l'élaboration et la diffusion de grilles tarifaires par le syndicat – ont un objet anticoncurrentiel.

d) Sur la participation individuelle des entreprises

Sur le point de départ de la participation

382. Les agences DI, Crystal, Frimousse, Karin, Metropolitan, Women et New Madison (voir par exemple cote 25902) estiment que, lorsque la première réunion à laquelle l'entreprise a participé n'avait pas d'objet anticoncurrentiel prévisible, le début de la participation doit être fixé à la date de l'intervention du second élément permettant de qualifier ladite participation (seconde réunion, application du tarif ou appropriation de la grille).

383. Toutefois, s'agissant de la détermination du point de départ de la participation d'une entreprise à une entente anticoncurrentielle mise en œuvre dans le cadre de réunions statutaires, l'Autorité retient, comme marquant le début de la participation à l'infraction, la date à laquelle ladite entreprise a participé à la première réunion (voir notamment la décision n° 12-D-02 du 12 janvier 2012 précitée, paragraphes 114 et 115). Si l'Autorité tient compte, le cas échéant, du fait qu'une entreprise participe à une autre réunion ayant le même objet anticoncurrentiel, une telle prise en compte, relève du régime de la preuve de l'existence de l'accord de volontés et non de la détermination de la durée de participation de cette entreprise à l'infraction.

384. Ainsi, dès lors que la preuve de sa participation est apportée, l'adhésion de l'entreprise à l'entente est démontrée à compter de la première réunion à laquelle elle a participé.
385. Les arguments des mises en cause seront donc rejetés.
386. Conformément aux principes développés ci-dessus, l'Autorité retiendra donc, pour chaque entreprise, la date de sa première participation à une réunion anticoncurrentielle comme point de départ de sa participation aux pratiques visées par le grief n° 2.

Sur la continuité et la fin de la participation

387. Comme indiqué ci-dessus, l'établissement, la diffusion et l'application des grilles tarifaires syndicales suivait, pour toutes les années considérées, un calendrier identique. Ces grilles étaient établies tous les ans en fin d'année après la NAO, discutées et adoptées en assemblée générale et applicables pour toute l'année civile suivante. Par conséquent, la restriction de concurrence découlant des échanges relatifs à une hausse de 2 % des tarifs des prestations adultes et enfants pour l'année 2010 décidée lors de l'assemblée générale du SYNAM du 7 décembre 2009 a perduré à tout le moins jusqu'au 31 décembre 2010.
388. En outre, s'agissant de l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009, celle-ci a été l'occasion pour les participants de s'accorder, au travers de l'article 8 du règlement intérieur, sur une règle de portée générale interdisant aux agences de promouvoir leurs propres grilles tarifaires. Dès lors que cette règle était inscrite dans le règlement intérieur du syndicat et qu'aucun élément au dossier ne permet d'indiquer qu'elle aurait été modifiée ultérieurement par le SYNAM, il convient de considérer que la restriction de concurrence liée à cette clause a perduré au moins jusqu'au 31 décembre 2010, date de fin du grief tel qu'il a été notifié aux parties.
389. Les agences City, Marilyn et Smith & Smith (voir par exemple cote 28313) affirment pourtant que la fixation de la date de fin des pratiques au 31 décembre 2010 reviendrait à confondre la durée de la participation à la pratique avec la durée des effets de ladite pratique. Toutefois, comme rappelé par l'Autorité dans sa décision « Farines » (décision n° 12-D-09 du 13 mars 2012, paragraphe 451), « *la détermination de la durée d'une entente, en particulier concernant la date à laquelle elle prend fin, dépend en premier lieu de ses résultats économiques et non de sa forme juridique, y compris dans l'hypothèse où l'accord formel a cessé d'être en vigueur (arrêts de la Cour de justice du 3 juillet 1985, Binon, 243/83, Rec. p. 2034, point 17, et du Tribunal du 11 décembre 2003, Ventouris Group Entreprises/Commission, T-59/99, Rec. p. II-5257, points 182 et 193)* ».
390. En tout état de cause, comme démontré ci-dessus, la date de fin des pratiques au 31 décembre 2010 a été fixée non pas en tenant compte des effets de l'entente, mais bien en appréciant la persistance de ces pratiques dans le temps :
- d'une part, puisque la règle posée par l'article 8 du règlement intérieur du SYNAM a continué d'être en vigueur ;
 - et d'autre part, dans la mesure où les grilles tarifaires discutées lors de l'assemblée générale du SYNAM du 7 décembre 2009 ont été maintenues sur le site du SYNAM au moins jusqu'au 31 décembre 2010.
391. Ces éléments démontrent sans équivoque que l'entente a perduré à tout le moins jusqu'au 31 décembre 2010.
392. Les arguments des mises en cause seront donc écartés.

Résumé de la participation individuelle des mises en cause

393. Le tableau ci-dessous résume la participation de chacune des entreprises visées par le grief n° 2 aux réunions anticoncurrentielles retenues par l'Autorité :

	AG constitutive du Synam 6/02/09	Commission « Films-Pub » 20/04/09	AGO Synam 7/12/09	CA Synam 8/12/10
DI	X	X	X	X
Angels				
Art et Mode	X		X	
Bananas	X	X	X	
Bout'Chou	X		X	
City	X		X	
Crystal	X	X	X	X
Cute	X		X	
Dynamite	X	X	X	
Elite	X	X	X	
Enjoy	X		X	
Exception	X		X	
Ford	X	X	X	
Frimousse	X	X	X	
Happy		X	X	
Hourra			X	
Idole			X	
IMG	X		X	X
IPS	X		X	
Karin	X		X	
Kwaheri	X		X	
Major				
Marilyn	X		X	
Metropolitan	X		X	
Nathalie	X	X	X	
New Madison			X	
Next	X			
Nouvelle Ere	X	X	X	
Ovation	X		X	
People	X		X	
Perfect	X		X	X
Privilege	X		X	
Profil			X	
Rebecca	X	X	X	
Smith & Smith	X			
Success	X		X	
Vip				
Viva	X	X	X	X
Women		X	X	
Zenith	X	X	X	

394. L'Autorité relève, à la lumière de ce tableau, que :

- 3 agences n'ont participé à aucune réunion et doivent donc être mises hors de cause ;
- 31 agences ont participé à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009, à l'occasion de laquelle elles ont donné leur accord exprès à l'entente anticoncurrentielle ;
- 6 agences, n'ayant pas participé à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009, ont participé à l'assemblée générale ordinaire du SYNAM du 7 décembre 2009, dont l'objet anticoncurrentiel pouvait être anticipé.

Les entreprises mises hors de cause

395. Il découle du tableau ci-dessus que n'ont participé à aucune des réunions retenues par l'Autorité les entreprises suivantes :

- Angels;
- Major et
- VIP.

396. Ces trois entreprises doivent donc être mises hors de cause.

Les entreprises ayant donné leur accord exprès à l'entente anticoncurrentielle à l'occasion de l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009

397. Les entreprises suivantes ont participé à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009 :

- DI ;
- Art et Mode ;
- Bananas ;
- Bout'chou ;
- City ;
- Crystal ;
- Cute;
- Dynamite ;
- Elite ;
- Enjoy ;
- Exception ;
- Ford ;
- Frimousse ;
- IMG ;
- IPS ;
- Karin ;
- Kwaheri ;
- Marilyn ;

- Metropolitan ;
- Nathalie ;
- Next ;
- Nouvelle Ere ;
- Ovation ;
- People ;
- Perfect ;
- Privilège ;
- Rebecca ;
- Smith & Smith ;
- Success ;
- Viva et
- Zénith.

Sur l'accord exprès des agences participantes à la concertation tarifaire

398. À l'occasion de cette réunion, les agences présentes ou représentées ont donné leur accord exprès à l'adoption commune d'une règle de portée générale leur interdisant de promouvoir leurs propres grilles tarifaires (paragraphe 139 à 147).
399. Il ne saurait donc être considéré que la bonne foi des agences ayant participé à cette réunion ait été surprise, puisqu'elles ont exprimé leur accord de volontés au travers d'un vote à l'unanimité. Par ailleurs, les comptes rendus et pièces du dossier ne font état d'aucune réserve ou opposition manifestée par les agences.
400. Dès lors, la participation à cette seule réunion suffit pour caractériser la volonté de ces agences à participer à la concertation tarifaire, sans qu'il soit nécessaire de rechercher d'autres indices de leur adhésion aux pratiques poursuivies.

Sur la durée de participation des agences

401. L'Autorité relève que la restriction de concurrence résultant de l'interdiction de diffusion de barèmes tarifaires autres que ceux du syndicat, adoptée lors de l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009, a perduré jusqu'au 31 décembre 2010 (paragraphe 388).
402. En outre, les agences mentionnées ci-dessus – à l'exception de Next et Smith & Smith – ont participé à au moins une autre réunion : l'assemblée générale ordinaire du SYNAM du 7 décembre 2009, à l'occasion de laquelle a été votée une augmentation de 2 % des tarifs des prestations adultes et enfants pour l'année 2010. Comme indiqué précédemment, il y a lieu de considérer que la restriction de concurrence découlant de l'assemblée générale du SYNAM du 7 décembre 2009 a perduré au moins jusqu'au 31 décembre 2010 (paragraphe 390).
403. Dans ces conditions, pour chacune de ces entreprises sera retenue une participation aux pratiques visées par le grief n° 2 du 6 février 2009 au 31 décembre 2010.
404. Parmi ces entreprises, les sociétés Dynamite, Ovation et People ont sollicité le bénéfice de la procédure de non contestation des griefs. Ce faisant, elles ont renoncé à contester leur

participation au grief n° 2 pour la période du 4 février 2005 au 31 décembre 2010. Cependant, il y a lieu, dans les circonstances particulières de l'espèce, et compte tenu de l'analyse faite par l'Autorité des pratiques poursuivies par le grief n° 2, de ne retenir leur participation aux pratiques que pour la période du 6 février 2009 au 31 décembre 2010.

Les arguments de Next relatifs à sa participation aux pratiques

◆ Arguments de l'entreprise

405. L'agence Next a participé uniquement à l'assemblée générale constitutive du 6 février 2009, à l'occasion de laquelle a été adoptée une règle de portée générale interdisant aux agences de promouvoir leurs propres grilles tarifaires.
406. Dans son mémoire en réponse au rapport (cotes 25916 à 25 923), Next affirme qu'elle n'a jamais eu de grille propre et qu'elle n'a donc pas pu s'approprier la grille tarifaire du SYNAM. Par ailleurs, pour les mêmes raisons, le fait qu'elle n'a pas développé de grille propre ne pourrait être compris comme une application de la règle décidée lors de l'assemblée générale constitutive du 6 février 2009.
407. En outre, Next n'aurait que faiblement appliqué les tarifs du SYNAM (21,6 % suivant l'étude effectuée par les services de la DGCCRF).
408. Enfin, l'agence affirme qu'elle considérerait les tarifs du SYNAM comme des salaires minima et s'y référerait uniquement lorsque les clients en faisaient la demande.

◆ Réponse de l'Autorité

409. Tout d'abord, dans le cadre de sa réponse au questionnaire transmis par les services de la DGCCRF (cotes 7203 à 7207), Next a transmis une grille tarifaire pour l'année 2010 (« tarif 10 ») adoptant une présentation différente des grilles du SYNAM, mais reprenant exactement les montants de ces dernières. En outre, dans sa réponse à ce questionnaire, l'entreprise a indiqué « *Nous pensons que les tableaux du SYNAM ont été élaborés sur la base de la convention collective et qu'ils prennent en compte outre les dispositions du Code du Travail, les usages mis en œuvre entre la profession et les clients en termes de pourcentages de commissions* ».
410. Ensuite, dans le cadre de sa réponse au questionnaire des services d'instruction de l'Autorité, Next a notamment indiqué : « *Chaque tarif de prestation reste toujours négociable avec le client mais ne pourra, en tout état de cause, jamais être inférieur au tarif minimal proposé par le SYNAM* » (cote 9114). Elle ajoute avoir recouru à « *cette grille comme base de référence dans la mesure où nous considérons les tarifs proposés comme des tarifs minima* » (cote 9115).
411. Enfin, l'argument relatif au fait que Next n'aurait que faiblement appliqué les tarifs du SYNAM est inopérant dès lors qu'en tout état de cause le point de départ des négociations a été biaisé par l'appropriation des grilles syndicales par cette agence.
412. L'ensemble de ces éléments démontre que Next s'est effectivement appropriée les tarifs publiés par le SYNAM, qu'elle considérerait, à tout le moins, comme des prix minima.
413. Au surplus, comme indiqué au paragraphe 400, la seule participation d'une agence à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009 suffit pour caractériser sa volonté de participer à la concertation tarifaire visée par le grief n°2.
414. Sur la base de l'ensemble de ces éléments, il convient de retenir la participation de Next aux pratiques visées par le grief n° 2 du 6 février 2009 au 31 décembre 2010.

Les arguments de Smith & Smith relatifs à sa participation aux pratiques

◆ Arguments de l'entreprise

415. L'agence Smith & Smith a participé à l'assemblée générale constitutive du 6 février 2009, durant laquelle elle a contribué à l'adoption commune d'une règle de portée générale interdisant aux agences de promouvoir leurs propres grilles tarifaires.
416. Smith & Smith affirme dans son mémoire en réponse au rapport (cotes 29835 à 29 841) qu'elle n'a jamais donné son accord à une entente anticoncurrentielle. En particulier, selon Smith & Smith, l'analyse effectuée sur un échantillon de factures de décembre 2009 et janvier 2010 pour démontrer l'application des tarifs du SYNAM serait trop éloignée de la dernière réunion pour laquelle l'agence est incriminée, soit l'assemblée générale constitutive du 6 février 2009.

◆ Réponse de l'Autorité

417. Comme indiqué à plusieurs reprises ci-dessus, les entreprises présentes à l'assemblée constitutive du SYNAM du 6 février 2009 ont exprimé explicitement, au travers d'un vote, leur adhésion aux statuts et au règlement intérieur du SYNAM, et ont donc donné leur accord aux pratiques anticoncurrentielles poursuivies.
418. Ainsi, comme indiqué au paragraphe 400, la seule participation d'une agence à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009 suffit pour caractériser sa volonté de participer à la concertation tarifaire visée par le grief n°2.
419. Sur la base de l'ensemble de ces éléments, il convient de retenir la participation de Smith & Smith aux pratiques visées par le grief n° 2 du 6 février 2009 au 31 décembre 2010.

Les entreprises n'ayant pas participé à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009 et ayant participé à l'assemblée générale ordinaire du SYNAM du 7 décembre 2009, dont l'objet anticoncurrentiel pouvait être anticipé

420. Les sociétés suivantes, n'ayant pas participé à l'assemblée générale constitutive du SYNAM du 6 février 2009, ont participé à l'assemblée générale ordinaire du 7 décembre 2009 :
- Happy ;
 - Hourra ;
 - Idole ;
 - New Madison ;
 - Profil et
 - Women.

Sur le caractère prévisible de l'objet anticoncurrentiel de la réunion

421. Comme indiqué aux paragraphes 148 à 154, les agences ayant participé à cette réunion ont pu prévoir que des discussions anticoncurrentielles pourraient intervenir lors de cette réunion. Il ne saurait être considéré que la bonne foi des agences ayant participé à cette réunion ait été surprise, puisqu'elles se sont présentées à cette réunion alors même que l'objet anticoncurrentiel était prévisible.
422. Dès lors, la participation à cette seule réunion suffit pour caractériser la volonté de ces agences de participer à la concertation tarifaire.

Sur la durée de participation pour les agences ayant participé à cette seule réunion (Hourra, Idole, New Madison et Profil)

423. Les agences Hourra, Idole, New Madison et Profil ont participé uniquement à l'assemblée générale du SYNAM du 7 décembre 2009.
424. Comme indiqué au paragraphe 387, il y a lieu de considérer que la restriction de concurrence découlant de cette réunion a perduré à tout le moins jusqu'au 31 décembre 2010.
425. Pour chacune de ces entreprises sera donc retenue une participation aux pratiques visées par le grief n° 2 du 7 décembre 2009 au 31 décembre 2010.

Sur la durée de participation pour les agences ayant également participé à une autre réunion (Happy et Women)

426. Les sociétés Happy et Women ont participé à la commission « Films-Pub » du SYNAM du 20 avril 2009, puis à l'assemblée générale du SYNAM du 7 décembre 2009.
427. Pour les raisons indiquées aux paragraphes 382 à 392, sera donc retenue leur participation aux pratiques visées par le grief n° 2 du 20 avril 2009 au 31 décembre 2010.

D. SUR L'IMPUTABILITÉ

1. PRINCIPES

428. Il ressort d'une jurisprudence constante que, tant que la personne morale responsable de l'exploitation de l'entreprise qui a mis en œuvre des pratiques enfreignant les règles de concurrence subsiste juridiquement, elle doit être tenue pour responsable de ces pratiques, même si les éléments matériels et humains ayant concouru à la commission de l'infraction ont été cédés à une tierce personne.
429. Si cette personne morale a changé de dénomination sociale ou de forme juridique, elle n'en continue pas moins à répondre de l'infraction commise.
430. En revanche, lorsque la personne morale responsable de l'exploitation de l'entreprise qui a commis les pratiques a cessé d'exister juridiquement, ces pratiques doivent être imputées à la personne morale à laquelle l'entreprise a juridiquement été transmise, c'est-à-dire celle qui a reçu les droits et obligations de la personne auteur de l'infraction, et, à défaut d'une telle transmission, à celle qui assure en fait sa continuité économique et fonctionnelle (arrêts de la Cour de cassation du 23 juin 2004, *BNP Paribas e.a.*, n°01-17896 et 02-10066 et de la cour d'appel de Paris du 14 janvier 2009, *Eurelec Midi Pyrénées e.a.*, RG n° 2008/01095, page 5).
431. C'est en particulier le cas lorsqu'une personne morale est absorbée par une autre. Dans ce cas, les pratiques dont la société absorbée est l'auteur sont imputées à la personne morale qui a absorbé cette dernière. Il peut également en être de même pour la société ou l'organisme résultant de la fusion entre l'auteur des pratiques et une autre entité (voir notamment la décision de l'Autorité n° 13-D-12 du 28 mai 2013 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la commercialisation de commodités chimiques, paragraphe 829).

2. APPRÉCIATION EN L'ESPÈCE

a) Concernant l'UNAM et le SYNAM

432. Le grief n° 1 a été notifié au SYNAM en tant qu'auteur des pratiques depuis sa création en 2009, mais également en tant que successeur de l'UNAM.
433. En effet, le SYNAM est né de la fusion entre le SAM et l'UNAM, en février 2009. Cette fusion a été votée à l'unanimité par les membres de l'UNAM lors de l'assemblée générale extraordinaire de l'UNAM du 6 février 2009 (cote 10221).
434. Ainsi, à la date de sa création, les membres du SAM et de l'UNAM sont devenus automatiquement membres du SYNAM, sous réserve d'être à jour du règlement de leur cotisation annuelle, comme le prévoit l'article 37 - « *Dispositions transitoires* » des statuts du SYNAM adoptés lors de l'assemblée constitutive du 6 février 2009 (cote 2879). En outre, l'assemblée des membres de l'UNAM a décidé, à l'unanimité, de « *la dévolution de l'actif de l'UNAM au nouveau syndicat* » (cote 10221).
435. Partant, à compter du 6 février 2009, l'UNAM n'a donc plus d'existence juridique et c'est le SYNAM qui a assuré la continuité économique et fonctionnelle de l'UNAM.
436. Conformément à la jurisprudence rappelée plus haut, les pratiques mises en œuvre par l'UNAM sont donc imputables au SYNAM.

Arguments des mises en cause

437. Le SYNAM et la société IMG soutiennent néanmoins que, dans la mesure où l'UNAM et le SYNAM ne sont pas des entreprises, il serait impossible d'imputer les pratiques au SYNAM car la pratique décisionnelle en matière de continuité ne vise pas les organisations professionnelles (voir par exemple cotes 26825 et 26826). Le SYNAM estime en outre qu'il ne peut être tenu responsable de pratiques commises par des personnes morales qui n'existent plus, en ce que cela constituerait une violation du principe constitutionnel selon lequel « *nul n'est punissable que de son propre fait* » (cotes 19749 à 19 752).

Réponse de l'Autorité

438. Tout d'abord, il a été démontré aux paragraphes 230 à 235 qu'une organisation syndicale peut être considérée comme une entreprise au sens du droit de la concurrence, lorsqu'elle sort de la mission d'information, de conseil et de défense des intérêts professionnels que la loi lui confie et qu'elle intervient sur un marché, ce qui est le cas en l'espèce. Par ailleurs, les principes rappelés ci-dessus relatifs à l'imputabilité en cas de disparition de la personne morale auteure des pratiques peuvent être appliqués aux organisations professionnelles (voir en ce sens la décision n° 06-D-03 précitée, paragraphes 1395 à 1397).
439. Ensuite, concernant l'argument du SYNAM selon lequel « *nul n'est punissable que de son propre fait* », la Cour de cassation, dans un arrêt du 23 juin 2004 (pourvois n° 01-17896 et 02-10066) a répondu à un argument identique en jugeant : « *que les sanctions prévues à l'article L. 464-2 du Code de commerce sont applicables aux entreprises auteurs des pratiques anticoncurrentielles prohibées, et que lorsque entre le moment où les pratiques ont été mises en œuvre et le moment où l'entreprise a cessé d'exister juridiquement, les pratiques sont imputées à la personne morale à laquelle l'entreprise a été juridiquement transmise, et, à défaut d'une telle transmission, à celle qui assure en fait sa continuité économique et fonctionnelle, et dès lors qu'il est sans conséquence que cette transmission ait été le fait de la loi, la cour d'appel, qui constate que les biens et obligations du CENCEP*

ont été transférés à la CNCEP qui a repris son activité et à laquelle appartiennent désormais les éléments matériels et humains ayant concouru à la commission de l'infraction, en a justement déduit que la CNCEP devait répondre des pratiques du CENCEP ».

440. Par conséquent, l'imputation des pratiques commises par l'UNAM au SYNAM ne constitue pas une violation du principe selon lequel « nul n'est punissable que de son propre fait ».
441. L'argument sera donc écarté.
442. Il convient donc d'imputer au SYNAM les pratiques visées au titre du grief n° 1, en tant que successeur de l'UNAM, de janvier 2000 à février 2009 et en tant qu'auteur des pratiques, de février 2009 à décembre 2010.

b) Concernant les agences mises en cause

S'agissant de Bout'chou

443. La société Bout'chou était détenue par sa gérante, Mme H..., jusqu'en février 2010. Le 5 février 2010, la SARL Financière Las Cases a acquis la majorité des parts de la société Bout'chou. L'entreprise soutient que, sa garantie de passif étant arrivée à échéance, elle ne peut être tenue responsable des pratiques antérieures à la date à laquelle elle a été rachetée.
444. Conformément à la jurisprudence rappelée plus haut, la société Bout'chou, qui subsiste en tant que personne morale, demeure responsable des pratiques qu'elle a mises en œuvre indépendamment des transferts de propriété opérés.
445. Par ailleurs, l'existence et les modalités de mise en œuvre de clauses de garantie de passif relèvent des relations contractuelles entre les sociétés et sont sans incidence sur la légalité de la présente décision. Les règles relatives à la prohibition des ententes prévues par l'article L. 420-1 du code de commerce constituent en effet des dispositions d'ordre public, indispensables à la protection du fonctionnement des marchés, de sorte que la responsabilité et la sanction encourues par les sociétés en cas de violation de ces dispositions ne peuvent être laissées à la libre disposition de ces dernières (voir en ce sens, s'agissant de l'application du droit de l'Union, l'arrêt du Tribunal du 3 mars 2011, Areva et autres, T-117/07, point 229).
446. L'argument de la société Bout'chou doit donc être écarté.

S'agissant de City

447. Le 1^{er} janvier 2011, la société City Models SARL, immatriculée au RCS le 29 décembre 1978, a fait l'objet d'une fusion-absorption par la SARL Sarinagara, qui a changé de dénomination et de forme sociales et est devenue la société City Models SASU.
448. Partant, la société City Models SASU a assuré la continuité juridique et économique de la société City Models SARL.
449. Conformément à la jurisprudence rappelée plus haut, les pratiques mises en œuvre par la société City Models SARL sont imputables à la société City Models SASU.

S'agissant de Crystal

450. La société Crystal, qui était détenue par Madame Z..., a été cédée le 20 janvier 2011 à M. Y..., son gérant actuel.

451. Conformément à la jurisprudence rappelée plus haut, la société Crystal, qui subsiste en tant que personne morale, demeure responsable des pratiques qu'elle a mises en œuvre indépendamment des transferts de propriété opérés.
452. Au surplus, pour les raisons évoquées plus haut, la société Crystal n'est pas fondée à soutenir que l'Autorité devra tenir compte du fait qu'elle ne peut plus aujourd'hui bénéficier de sa garantie de passif, qui a pris fin au 31 décembre 2013, lors de l'appréciation de sa sanction pécuniaire.

S'agissant de Nathalie

453. La société Nathalie a fait l'objet d'une fusion-absorption par la société Women en mars 2014. La société Nathalie n'a donc plus d'existence juridique, à la suite de sa radiation du RCS le 16 mai 2014, avec effet au 30 avril 2014.
454. Conformément à la jurisprudence rappelée plus haut, les pratiques mises en œuvre par la société Nathalie sont imputables à la société absorbante, la société Women, également responsable des pratiques anticoncurrentielles dont elle est l'auteur.

S'agissant de People

455. La société People était détenue jusqu'en avril 2015 par M. A.... À compter de cette date, la société People a été cédée à la société R2I, cette dernière étant détenue à 100 % par la société Fournel Conseil, laquelle est elle-même détenue à 100 % par M. B....
456. Conformément à la jurisprudence rappelée plus haut, la société People, qui subsiste en tant que personne morale, demeure responsable des pratiques indépendamment des transferts de propriété opérés.

III. Sur les sanctions

A. PRINCIPES

457. Le I de l'article L. 464-2 du code de commerce habilite l'Autorité à imposer des sanctions pécuniaires aux entreprises et aux organismes qui se livrent à des pratiques anticoncurrentielles prohibées par les articles L. 420-1 du code de commerce.
458. Aux termes du quatrième alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce « [si] *le contrevenant n'est pas une entreprise, le montant maximum de la sanction est de 3 millions d'euros. Le montant maximum de la sanction est, pour une entreprise, de 10 % du montant du chiffre d'affaires mondial hors taxes le plus élevé au cours d'un des exercices clos depuis l'exercice précédant celui au cours duquel les pratiques ont été mises en œuvre. Si les comptes de l'entreprise concernée ont été consolidés ou combinés en vertu des textes applicables à sa forme sociale, le chiffre d'affaires pris en compte est celui figurant dans les comptes consolidés ou combinés de l'entreprise consolidante ou combinante* ».
459. Par ailleurs, le troisième alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce prévoit que « *les sanctions pécuniaires sont proportionnées à la gravité des faits reprochés, à l'importance du dommage causé à l'économie, à la situation individuelle de l'organisme ou*

de l'entreprise sanctionnée ou du groupe auquel l'entreprise appartient et à l'éventuelle répétition de pratiques prohibées par le [titre VI du livre IV du code de commerce]. Elles sont déterminées individuellement pour chaque entreprise ou organisme sanctionné et de façon motivée pour chaque sanction ».

460. L'Autorité apprécie, en général, les critères légaux énoncés ci-avant selon les modalités décrites dans son communiqué du 16 mai 2011 relatif à la méthode de détermination des sanctions pécuniaires (ci-après, le « communiqué sanctions »). De même, pour la mise en œuvre du III de l'article L. 464-2 du code de commerce, l'Autorité applique son communiqué de procédure du 10 février 2012 relatif à la non-contestation des griefs (ci-après, le « communiqué sur la non-contestation des griefs »).
461. Au point 7 de son communiqué sanctions, l'Autorité rappelle que la méthode qu'elle expose dans ce texte lui est opposable « *sauf à ce qu'elle explique, dans la motivation de sa décision, les circonstances particulières ou les raisons d'intérêt général la conduisant à s'en écarter dans un cas donné* ».
462. En l'espèce, seront successivement présentées la détermination de la sanction correspondant au premier grief (B) et celle de la sanction correspondant au second grief (C).

B. SUR LE PREMIER GRIEF

1. SUR LA MÉTHODE DE DÉTERMINATION DE LA SANCTION

463. Compte tenu du fait que le SYNAM, qui est une association de type loi de 1901, ne dispose pas d'un chiffre d'affaires propre ou de valeur des ventes en relation avec les prestations des agences de mannequins, sa sanction pécuniaire doit être déterminée selon des modalités propres au cas d'espèce (paragraphe 7 du communiqué sanctions).
464. En l'espèce, l'Autorité prendra en compte, pour donner une traduction chiffrée à l'appréciation des critères légaux de détermination de la sanction prévus par le code de commerce, le montant des cotisations professionnelles perçues par le SYNAM.
465. Pour l'année 2015, le SYNAM a déclaré avoir reçu de ses membres des cotisations s'élevant à 47 190 euros. En 2014, les cotisations perçues par le SYNAM se sont élevées à 55 550 euros (cotes 30919 à 30 921).

2. SUR LA GRAVITÉ DES FAITS

466. Afin d'apprécier la gravité des faits au cas d'espèce, il convient d'évoquer successivement la nature des pratiques mises en œuvre et leurs caractéristiques concrètes.
467. Tout d'abord, s'agissant de la nature des pratiques, l'infraction visée par le grief n° 1 concerne une entente horizontale entre concurrents, au sein d'un syndicat, portant sur des éléments tarifaires futurs : les membres de l'UNAM puis du SYNAM se sont entendus sur le principe d'une grille annuelle de tarifs. L'infraction en cause visait donc par sa nature même à manipuler un paramètre essentiel du jeu de la concurrence dans le secteur visé, ce qui constitue l'une des infractions les plus graves aux règles de la concurrence.
468. Les actions concertées visant à influencer sur les prix pratiqués par des concurrents sont considérées par l'Autorité comme étant des pratiques d'une gravité particulière, notamment

lorsqu'elles sont le fait d'une organisation professionnelle qui, du fait de ses missions d'information et de conseil, assume une responsabilité particulière dans le respect de la loi par ses membres. Cette gravité n'égale cependant pas celle des ententes secrètes entre concurrents, qui sont considérées comme les ententes anticoncurrentielles les plus graves.

469. Par ailleurs, si l'Autorité relève le caractère non sophistiqué et non secret des pratiques (élaboration des grilles tarifaires dans le cadre de réunions statutaires et diffusion publique des grilles tarifaires sur le site internet du SYNAM) ainsi que l'absence de mesures de surveillance ou de repréailles, elle constate que l'UNAM, puis le SYNAM ont entretenu la confusion entre les grilles tarifaires syndicales et les minima sociaux, ce qui est de nature à renforcer la gravité des pratiques en cause.
470. Il existe à cet égard de nombreux indices au dossier (déclarations d'agences, déclarations du SYNAM, procès-verbaux de conseils d'administration de l'UNAM et du SYNAM, courriel d'un client) démontrant qu'une telle confusion, générée par les syndicats, existait dans l'esprit de certaines agences et de certains clients (cotes 7808, 430, 1814, 6631, 11 148, 9114, 10 567). En outre, le dossier ne contient aucun élément permettant de considérer que les syndicats aient essayé de clarifier la situation auprès de leurs membres.

3. SUR L'IMPORTANCE DU DOMMAGE À L'ÉCONOMIE

a) Principes

471. Le dommage causé à l'économie ne se confond pas avec le préjudice qu'ont pu subir les victimes des pratiques en cause, mais s'apprécie en fonction de la perturbation générale qu'elles sont de nature à engendrer pour l'économie (voir, par exemple, arrêt de la cour d'appel de Paris du 8 octobre 2008, SNEF, n° 2007/18 040, p. 4). Dans son arrêt du 26 janvier 2010 concernant la décision n° 09-D-05 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du travail temporaire, la cour d'appel a précisé le périmètre de cette perturbation générale en énonçant que « *l'appréciation de l'importance du dommage à l'économie résultant des pratiques d'entente poursuivies, qui ne se limite pas, par principe, à la seule atteinte au surplus économique des consommateurs, doit porter sur la perte du surplus subie par l'ensemble des opérateurs du marché, entreprises concurrentes, offreurs ou demandeurs* » (cour d'appel de Paris, arrêt du 26 janvier 2010, n° 2009/03532, p. 19).
472. L'existence du dommage à l'économie ne se présume pas (arrêt de la Cour de cassation du 7 avril 2010, Orange France e.a., n° 09-12984, 09-13163 et 09-65940). Elle s'apprécie de manière objective et globale en prenant en compte l'ensemble des éléments pertinents de l'espèce.
473. Pour autant, l'Autorité n'est pas tenue de chiffrer précisément le dommage causé à l'économie. Elle doit procéder à une appréciation de son existence et de son importance, en se fondant sur une analyse aussi complète que possible des éléments du dossier et en recherchant les différents aspects de la perturbation générale du fonctionnement normal de l'économie engendrée par les pratiques en cause (arrêt de la cour d'appel de Paris du 30 juin 2011, Orange France, n° 2010/12 049, p. 5, confirmé sur pourvoi par arrêt de la Cour de cassation du 30 mai 2012).
474. Pour apprécier le dommage causé à l'économie, l'Autorité tient compte, notamment, de l'ampleur de l'infraction, au vu de sa couverture géographique et des parts de marché des entreprises mises en cause, de ses conséquences conjoncturelles ou structurelles sur le marché, ainsi que des caractéristiques économiques pertinentes du secteur ou du marché

concerné (voir, par exemple, arrêts de la cour d'appel de Paris du 30 juin 2011, précité, p. 5 et du 26 janvier 2012, précité, p. 89 ; voir également, en ce sens, arrêt de la Cour de cassation du 30 mai 2012, précité). Les effets tant avérés que potentiels de la pratique peuvent être pris en considération à ce titre (voir, en ce sens, arrêt de la Cour de cassation du 28 juin 2005, Novartis Pharma, n° 04-13910).

b) Sur l'ampleur de l'infraction

475. Le grief n° 1 vise une pratique mise en œuvre par l'UNAM puis le SYNAM, entre le 1^{er} janvier 2000 et le 31 décembre 2010. S'agissant de l'ampleur de cette pratique, il convient de relever que l'infraction visée par le grief n° 1 a été commise par les syndicats les plus représentatifs du secteur. En particulier, le SYNAM a fusionné, au moment de sa création, le SAM et l'UNAM, qui étaient les deux principaux syndicats du secteur, comprenant les agences les plus réputées du secteur et représentant 80 % du chiffre d'affaires global de la profession (cote 10193). Il existe un seul autre syndicat en parallèle du SYNAM : la Fédération Française des Agences des Mannequins (FFAM), créée en 2004. Toutefois, la FFAM compte très peu d'adhérents et ses membres fondateurs ne se sont jamais réunis. La FFAM n'a donc aucun rayonnement dans le secteur à telle enseigne que, selon le rapport d'enquête, « *ni les agences ni le SYNAM ne connaissait ce syndicat* » (cote 15).

c) Sur les caractéristiques économiques objectives du secteur en cause

Barrières à l'entrée

476. La loi du 12 juillet 1990 réserve le monopole de l'activité régulière de placement de mannequins aux titulaires d'une licence d'État d'agences de mannequins pour les personnes établies sur le territoire national. Les agences européennes peuvent également avoir une activité temporaire et ponctuelle sur le territoire national à condition d'en effectuer la déclaration préalable (article R. 7123-12 du code du travail et circulaire de la direction générale du travail du 26 juillet 2012). Elles doivent alors se conformer aux règles de la profession et notamment solliciter une autorisation individuelle d'emploi d'enfants si elles embauchent des enfants.

477. Cependant, au niveau national, il n'existe pas de *numerus clausus* dans l'attribution des licences. De plus, celle-ci se fonde sur l'appréciation de critères objectifs et aisés à satisfaire. En effet, l'obtention de la licence d'État est soumise à des conditions d'honorabilité (moralité des dirigeants), de compatibilité (non-exercice de certains métiers réputés incompatibles avec le placement de mannequins) et de garanties financières définies par le code du travail. Une demande de licence dûment formulée n'ayant pas reçu, deux mois après l'envoi du dossier, une notification de refus est réputée accordée. Une fois les formalités administratives remplies, les délais de délivrance de la licence sont très courts.

478. En outre, le montant de la garantie financière exigée apparaît relativement faible par rapport au chiffre d'affaires moyen d'une agence (estimé à environ 2,4 millions d'euros à partir des données Infogreffe pour l'année 2012). En effet, le code du travail précise que ce montant « *ne peut être inférieur à 6 % de la masse salariale, ni à un montant minimum actuellement fixé à 15200€ et réexaminé chaque année* » (articles L. 7123-19 et R. 7123-21 du code du travail).

479. Par ailleurs, l'installation d'une agence de mannequins n'entraîne pas nécessairement d'investissements ni de coûts fixes importants.

480. En définitive, si l'importance de la notoriété dans les performances de certaines agences de mannequins tend à pérenniser les positions des agences les plus importantes, les autres barrières à l'entrée, tant réglementaires que financières, apparaissent relativement limitées.

Structure et degré de concentration du secteur des agences de mannequins

481. La relative faiblesse des barrières à l'entrée se traduit par le caractère fragmenté de l'offre. Ainsi, pour l'exercice 2010, les chiffres d'affaires des 78 agences recensées apparaissent assez dispersés, variant entre une centaine de milliers d'euros et plusieurs dizaines de millions d'euros pour la plus importante d'entre elles, qui dispose alors d'une part de marché d'environ 15 %. Toutefois, si les agences les plus importantes, notamment celles travaillant avec des mannequins de notoriété mondiale, peuvent s'assurer un chiffre d'affaires plus important que leurs concurrentes moins réputées, le caractère non exclusif de la plupart des contrats passés entre les mannequins et les agences fait que, s'agissant des prestations affectées par la pratique en cause, toutes les agences ont la possibilité d'offrir les mêmes services à un client-utilisateur et donc d'accroître leur part de marché.

Sensibilité au prix de la demande des prestations de mannequinat

482. Selon les « chiffres clés des annonceurs » publiés par l'Union des Annonceurs, les investissements publicitaires réalisés en France et susceptibles de faire intervenir des prestations de mannequins s'élevaient, en 2010, à 13,3 milliards d'euros nets (Source : http://www.uda.fr/fileadmin/documents_pdf/publications_etudes/Chiffres_cles_des_annonceurs_2011.pdf), soit un montant considérable par rapport au chiffre d'affaires réalisé en France par les agences de mannequins cette même année – leur chiffre d'affaires mondial peut en effet être estimé à environ 195 millions d'euros hors taxes (cf. paragraphe 503). Le budget alloué aux prestations de mannequinat ne représente donc vraisemblablement qu'une part très minime du budget publicitaire global, laissant à penser qu'une hausse des prix des prestations de mannequinat n'est pas susceptible d'entraîner une diminution sensible du nombre de campagnes publicitaires. Qui plus est, face à une hausse des tarifs, les clients-utilisateurs préfèrent diminuer la qualité des prestations demandées (notamment la classe de notoriété du mannequin) plutôt que de renoncer à ces prestations (cotes 18402, 28365, 28607, 28757 ou 26955). Il est donc très probable que l'élasticité-prix de la demande soit relativement faible dans ce secteur.
483. Cette faible élasticité-prix de la demande se retrouve tout particulièrement à certaines périodes de l'année, et notamment durant les « *Fashion Weeks* ». Comme indiqué précédemment (paragraphe 47 à 49), la sensibilité au prix de la demande pour les prestations des catégories défilés et essayages-répétitions est significativement plus faible en haute saison, où se déroulent la plupart des défilés de mode, qu'en saison basse.

Concurrence transfrontalière

484. Le marché des prestations des agences de mannequins se trouve par ailleurs marqué par une concurrence des agences transfrontalières qui peuvent exercer cette activité de façon temporaire et occasionnelle sur le territoire français, sans pour autant devoir respecter la totalité du cadre légal et conventionnel auquel sont soumises les agences françaises. Cette concurrence, qui touche principalement les régions frontalières (cotes 8247 à 8248 et 8258 à 8259), est attestée par de nombreux documents du dossier dans lesquels le SYNAM détaille son action en partenariat avec les directions territoriales de la DGCCRF (cotes 150, 10 086, 10 087, 10 099) et par les observations et déclarations de plusieurs agences de province (Art et Mode, cotes 8247 à 8248 et 8258 à 8259 ; Privilège, cote 15605 ; Perfect, cote 11200).

d) Conséquences conjoncturelles et structurelles

485. Comme indiqué ci-dessus, l'impact des grilles tarifaires en cause sur les prix pratiqués par les agences de mannequins a pu être significatif notamment en raison de leur caractère « syndical », conduisant à ce que ces grilles soient parfois confondues avec les minima salariaux légaux des mannequins, y compris par les clients (paragraphe 90 à 98) et soient perçues à tout le moins comme la base de départ de la négociation, lorsqu'elle existe, entre les agences et leurs clients (paragraphe 99 à 105). On peut à cet égard noter la déclaration de l'agence New Madison, qui indiquait en audition « *nous travaillons pour 95% de notre activité sur la base des tarifs du SYNAM, tarifs répertoriés dans notre ordinateur* » (cote 987).
486. Partant, même si les tarifs étaient négociés de gré à gré avec certains clients et pouvaient être inférieurs à ceux définis par les grilles syndicales, le référentiel que fournissaient ces grilles tarifaires a faussé le déroulement des négociations, en fixant un point de départ supra-concurrentiel. L'argument selon lequel les tarifs effectivement appliqués ne correspondraient pas toujours aux tarifs de la grille syndicale n'est donc pas opérant. De plus, en fixant un point de départ uniforme à la négociation, alors même que les agences peuvent présenter entre elles des différences de taille et de coût, l'unicité de la grille syndicale a limité l'autonomie des agences dans la détermination de leur propre politique commerciale, conduisant à une certaine homogénéisation de l'offre tarifaire.
487. Plusieurs des parties mises en cause considèrent néanmoins que l'effet conjoncturel de la pratique reprochée est limité car les tarifs définis par la grille du SYNAM étaient proches de ceux qui auraient été proposés par les agences en l'absence de ladite grille, soit parce que les tarifs de la grille du SYNAM étaient très proches des minimums légaux (Marylin, cotes 23410 à 23 414), soit parce que les tarifs en cause couvraient tout juste les principaux coûts supportés par les agences lors de la réalisation de leurs prestations, à savoir le salaire brut du mannequin, les congés et les charges patronales (Karin, cote 18706) ; Metropolitan, cote 18717 ; Rebecca, cote 18729). Toutefois, la secrétaire générale du SYNAM a déclaré en audition que les tarifs en cause permettaient aux agences de dégager « *une marge brute d'environ 30%* » (cote 99).
488. À cet égard, le tableau ci-dessous compare les tarifs, exprimés en euros hors taxe, figurant sur la grille du SYNAM de l'année 2010 pour des prestations de 2h de la catégorie « *défilés, prises de vue et tournages publicitaires* » effectuées par des mannequins de classe T7 à T10, ainsi que les salaires minima bruts correspondants (voir les données fournies dans la notification des griefs, point 114). Les chiffres entre parenthèses représentent les revalorisations respectives de ces tarifs et salaires minima par rapport à l'année 2009 pour les mêmes prestations. Les salaires minima bruts présentés ne représentent jamais plus de 33 % du tarif correspondant figurant dans la grille du SYNAM. Dès lors, les 67 % de marge brute restante peuvent être considérés comme étant suffisants pour couvrir les charges patronales et les congés payés du mannequin. Si cet écart ne permet pas d'établir que le surpris causé par la pratique est important (puisque'il n'est tenu compte ni du prix effectivement pratiqué par les agences, ni des coûts hors salaires des mannequins qu'elles supportent) il montre néanmoins que la grille du SYNAM était très éloignée des minimums syndicaux évoqués par certaines des parties mises en cause.

2010	T7	T8	T9	T10
Tarifs SYNAM (€HT) (revalorisation % 2009)	527 (+1,9 %)	620 (+2 %)	816 (+2 %)	991 (+2 %)
Salaire minima bruts (revalorisation % 2009)	173 (+0,6 %)	197 (+0,5 %)	259,40 (+0,5 %)	323,60 (+0,5 %)

489. Par ailleurs, il peut être relevé que plusieurs agences indiquent que les tarifs sont inférieurs en province du fait de la concurrence d'agences transfrontalières et d'une moindre attractivité de ces agences par rapport à celles établies à Paris (IPS, cote 22666 ; Hourra, cote 22434). De tels écarts de tarifs, que les agences attribuent à un différentiel d'intensité de la concurrence à Paris et en province et pas exclusivement à un différentiel de coûts, laissent à penser que les tarifs pratiqués par les agences parisiennes n'étaient pas si proches des coûts que l'avancent certaines des mises en cause. Plus encore, le fait que les tarifs soient inférieurs en province, compte tenu notamment d'une plus grande concurrence entre agences, n'exclut pas que la base de négociation commerciale avec le client ait été faussée au départ.
490. Plusieurs éléments viennent toutefois relativiser l'ampleur des effets de la pratique en cause sur les prix payés par les clients-utilisateurs.
491. Premièrement, comme le relève le SYNAM, ces grilles prenaient la forme d'une recommandation « à titre indicatif » non contraignante. De fait, bien que des agences membres se soient plaintes auprès du SYNAM du non-respect des tarifs syndicaux, aucune mesure de représailles visant à faire aligner ces tarifs n'a été constatée.
492. Deuxièmement, la concurrence entre les agences semble avoir été particulièrement forte en province, les conduisant à pratiquer des prix très inférieurs à ceux de la grille du SYNAM.
493. Enfin, l'exercice d'un contre-pouvoir de négociation de la part de certains clients et le fait que les prix finaux négociés par une agence demeuraient opaques pour les concurrents ont pu atténuer les effets conjoncturels de la pratique.

4. SUR LE MONTANT DE LA SANCTION

494. Compte tenu de l'appréciation qu'elle a faite ci-dessus de la gravité des faits et de l'importance du dommage causé à l'économie, l'Autorité retiendra une sanction pécuniaire de 50 000 euros pour le SYNAM.
495. Ce montant est inférieur au plafond légal de 3 millions d'euros mentionné au paragraphe 458 ci-dessus.

C. SUR LE SECOND GRIEF

1. SUR LA MÉTHODE DE DÉTERMINATION DES SANCTIONS

496. L'Autorité considère que la méthode décrite dans le communiqué sanctions n'est pas adaptée en l'espèce, compte tenu des caractéristiques propres des pratiques reprochées et de la grande disparité, notamment de taille, entre les entreprises impliquées qui, pour certaines d'entre elles, ont également connu une forte baisse de leur chiffre d'affaires.
497. En particulier, l'Autorité relève que, prenant appui sur le contexte réglementaire particulier encadrant la rémunération des mannequins, l'UNAM puis le SYNAM ont développé un discours, répété de manière constante, affirmant que les grilles tarifaires n'étaient que la transposition, pour chaque année, des niveaux de salaires conventionnels issus de la NAO. Ce discours a généré, dans l'esprit des agences membres, une confusion quant à la nature exacte des grilles tarifaires syndicales (voir paragraphes 90 à 98).
498. Par conséquent, au vu des circonstances particulières et cumulatives de l'espèce, l'Autorité s'écartera de la méthode décrite dans le communiqué sanctions pour lui préférer un mode de fixation forfaitaire des sanctions.

2. SUR LA GRAVITÉ DES FAITS

499. S'agissant de l'infraction poursuivie par le grief n° 2, celle-ci présente des caractéristiques similaires à celle visée par le grief n° 1.
500. L'Autorité retiendra donc le fait que les agences de mannequins ont participé à une entente horizontale entre concurrents visant par sa nature même à manipuler un paramètre essentiel du jeu de la concurrence dans le secteur visé, ce qui constitue l'une des infractions les plus graves aux règles de la concurrence.
501. L'Autorité retiendra en outre le caractère non sophistiqué et non secret des pratiques (discussion sur les grilles tarifaires dans le cadre de réunions statutaires et caractère public des pratiques) ainsi que l'absence de mesures de surveillance ou de repréailles.

3. SUR L'IMPORTANCE DU DOMMAGE À L'ÉCONOMIE

502. Le grief n° 2 vise une pratique mise en œuvre, selon les entreprises visées, entre le 6 février 2009 et le 31 décembre 2010.
503. Les chiffres et déclarations présents au dossier permettent d'apprécier le poids des entreprises ayant participé à la pratique visée par le grief n° 2 sur le marché français des prestations d'agences de mannequins. En effet, selon les propres déclarations de ses dirigeants, le SYNAM représentait, dès sa création en 2009, environ « 80 % du chiffre d'affaires de la profession » (cote 10193). Or, selon les réponses aux questionnaires des services d'instruction, complétées par des données issues de la base en ligne DIANE, les chiffres d'affaires mondiaux cumulés des agences de mannequins membres du SYNAM en 2009 et 2010 s'élevaient respectivement à 143,1 et 155,4 millions d'euros hors taxes, tandis que le chiffre d'affaires mondial cumulé des 37 agences ayant participé à la pratique était de 138,8 millions d'euros en 2009 et de 149,5 millions d'euros en 2010. Ces agences représentaient donc plus de 96 % de l'activité des membres du SYNAM pour chacune de

ces deux années. Par conséquent, comme, selon la déclaration précitée de ses dirigeants, le SYNAM représente 80 % du total de l'activité des agences de mannequins établies en France, les agences retenues au titre du grief n° 2 comptent pour plus de 77 % (80 %*96 %) de ce total, soit une partie substantielle du marché. En outre, une très large part de ce chiffre d'affaires est réalisée sur le marché français visé par la pratique : en effet, pour les 31 des 37 entreprises retenues au titre du grief n° 2 qui ont distingué leur chiffre d'affaires réalisé en France de celui réalisé à l'étranger, la part moyenne des ventes effectuées sur le territoire national est élevée, de 83 % en moyenne.

504. L'ampleur de la pratique est également renforcée par l'effet d'entraînement qu'elle a pu exercer sur les agences n'ayant pas participé à la pratique visée au grief n° 2. En effet pour de nombreux acteurs du marché, en ce compris les clients-utilisateurs et les agences de mannequins membres ou non-membres du syndicat, les tarifs définis par le SYNAM faisaient figure de grilles de référence dans le secteur des agences de mannequins au niveau national (voir paragraphes 99 à 105). Cet effet d'entraînement a été également rendu possible du fait de la confusion entretenue entre les minima sociaux applicables et les grilles tarifaires du SYNAM (paragraphes 90 à 98). Ainsi, à titre d'exemple, dans sa réponse au questionnaire de la DGCCRF, l'agence DMA, qui n'est pas adhérente du SYNAM, a déclaré consulter le site Internet du syndicat pour avoir connaissance des tarifs « *par obligation légale* » (cote 46). De même, le client Vente-privée.com a contesté auprès du SYNAM le droit des agences Ford et Bananas Mambo de pratiquer des tarifs distincts des grilles tarifaires en demandant « *Sont-ils dans leur droit ?* » (cote 241).
505. Toutefois, plusieurs éléments viennent atténuer l'ampleur de la pratique en cause. Premièrement, la part de marché cumulée estimée *supra* ne tient pas compte de la concurrence que peuvent exercer les agences étrangères sur le marché français, particulièrement dans des régions transfrontalières comme le nord de la France. Cette concurrence transfrontalière a notamment eu pour conséquence d'atténuer les effets de la pratique en province, où la proportion d'agences impliquées dans la pratique est moindre. Deuxièmement, ces chiffres d'affaires incorporent les revenus, parfois importants, générés par des prestations n'ayant pas nécessairement été affectées par la pratique en cause, tels que la gestion de certains droits à l'image. Si les agences qui n'ont pas participé à la pratique sont moins présentes sur ces prestations, ces chiffres peuvent conduire à surestimer le poids des participants à la pratique dans le périmètre plus restreint des seules prestations de mannequinat affectées par la pratique. Enfin, si la pratique a impliqué les agences les plus importantes, elle n'a impliqué, en nombre, qu'un peu moins de la moitié des agences implantées en France et a impliqué relativement moins d'agences en province.
506. Les caractéristiques du secteur en cause et les effets conjoncturels de la pratique s'appréhendent ensuite de la même manière que pour le grief n° 1.

4. SUR LE MONTANT DE LA SANCTION

507. Au vu des considérations qui précèdent, il y a lieu, en regroupant les entreprises en plusieurs catégories pour refléter le poids économique respectif de chacune d'entre elles, d'imposer les sanctions suivantes au titre du grief n° 2 :

Entreprises	Sanction (en euros) avant ajustements finaux
L'Agence	3 000
Agence DI	20 000
Agence People-Coccinelle	20 000
BananasMambo	40 000
SARL Bout'chou	3 000
Catlinka-Privilège	3 000
City Models	20 000
Crystal Model Agency's	40 000
Dynamite	20 000
Elite Model Management	300 000
Enjoy Models Management	20 000
Exception	10 000
Premium Models (anciennement Ford Models Europe)	80 000
Frimousse SARL	40 000
Happy Communication	10 000
Hinolisari-Success	40 000
Hourra ! Models SARL	40 000
Idole Model Management	10 000
International Management Group	300 000
International Publicity Services	3 000
Karin Models	80 000
Kid et Feel	10 000
Marilyn Agency	600 000
Metropolitan Models	300 000
New Madison	40 000
Next Management Paris	80 000
Nouvelle Ere	20 000
Ovation	10 000
Perfect Models SARL	40 000
Profil	20 000

Rebecca	80 000
Regard's	10 000
Smith & Smith Characters	20 000
Viva Model Management	80 000
Women Management (venant aux droits de Nathalie)	80 000
Women Management	80 000
Zenith Models	3 000
Total	2 575 000

5. SUR LES AJUSTEMENTS FINAUX

a) Sur la vérification du maximum légal

508. L'article L. 464-2 du code de commerce dispose que « *Le montant maximum de la sanction est, pour une entreprise, de 10 % du montant du chiffre d'affaires mondial hors taxes le plus élevé réalisé au cours d'un des exercices clos depuis l'exercice précédant celui au cours duquel les pratiques ont été mises en œuvre. Si les comptes de l'entreprise concernée ont été consolidés ou combinés en vertu des textes applicables à sa forme sociale, le chiffre d'affaires* ».
509. En l'espèce, aucun des montants forfaitaires mentionnés au tableau au paragraphe 507 n'est supérieur au plafond légal respectif des entreprises en cause.

b) Sur l'application du III de l'article L. 464-2 du code de commerce

510. Le III de l'article L. 464-2 du code de commerce, dans sa rédaction antérieure au 6 août 2015, permet au rapporteur général de proposer à l'Autorité de tenir compte, dans le cadre de la détermination de la sanction, du fait qu'une entreprise ou un organisme choisit de ne pas contester les griefs qui lui ont été notifiés.
511. En l'espèce, les sociétés Dynamite, Agence People-Coccinelle et Ovation n'ont pas contesté les griefs.
512. Il convient d'accorder aux sociétés Dynamite, Agence People-Coccinelle et Ovation une réduction de 10 % du montant de la sanction au titre de la procédure de non-contestation des griefs.
513. La sanction doit donc être ramenée :
- à 18 000 euros pour la société Dynamite ;
 - à 18 000 euros pour la société Agence People-Coccinelle, et
 - à 9 000 euros pour la société Ovation.

c) Sur la capacité contributive des entreprises mises en cause

514. Au titre des éléments propres à la situation de chaque entreprise ou organisme en cause, l’Autorité s’est en dernier lieu engagée à apprécier les difficultés financières particulières de nature à diminuer la capacité contributive dont les parties invoquent l’existence, selon les modalités pratiques indiquées dans le communiqué sanctions.
515. Dans les courriers notifiant le rapport aux parties en date du 2 novembre 2015, les services d’instruction ont invité toutes les parties mises en cause à transmettre tout document permettant de justifier d’éventuelles difficultés financières susceptibles d’impacter leur capacité contributive. Il appartient en effet à l’entreprise de justifier l’existence de telles difficultés en s’appuyant sur des preuves fiables, complètes et objectives attestant de leur réalité et de leurs conséquences concrètes sur sa capacité contributive (voir, en ce sens, arrêt de la cour d’appel de Paris du 11 octobre 2012, page 73).
516. L’Autorité relève que :
- la société Idole Model Management a été placée en liquidation judiciaire par jugement du tribunal de commerce de Paris en date du 5 décembre 2013 ;
 - la société International Publicity Services a été radiée du registre du commerce et des sociétés le 16 septembre 2015 ;
 - la société Ovation est en dissolution depuis le 10 mai 2015.
517. Au vu de la situation de ces sociétés, il n’y a pas lieu d’infliger une sanction pécuniaire aux sociétés Idole Model Management, International Publicity Services et Ovation.
518. Par ailleurs, les sociétés Catlinka-Privilège, Kid et Feel, Regard’s, Exception, Smith & Smith Characters, Nouvelle Ere, Agence People-Coccinelle, City Models, Dynamite, Perfect Models SARL et Metropolitan Models ont invoqué l’existence de difficultés financières particulières de nature, selon elles, à limiter leur capacité contributive.
519. En l’espèce, s’agissant des sociétés Smith & Smith Characters, Agence People-Coccinelle, Dynamite et Perfect Models SARL, l’examen des éléments financiers et comptables qu’elles ont communiqués ne permet pas d’établir l’existence de difficultés financières affectant leur capacité à s’acquitter de la sanction que l’Autorité envisage de leur imposer.
520. En revanche, l’examen des éléments financiers et comptables que les sociétés Catlinka-Privilège, Kid et Feel, Regard’s, Exception, Nouvelle Ere, City Models et Metropolitan Models ont communiqués à l’appui de leur demande conduit l’Autorité à constater qu’ils constituent des preuves fiables, complètes et objectives attestant de l’existence de difficultés financières particulières et actuelles affectant leur capacité à s’acquitter de la sanction que l’Autorité envisage de leur imposer.
521. Il convient donc de réduire, au titre de la capacité contributive de ces sociétés :
- la sanction infligée à Catlinka-Privilège de 3 000 euros à 1 000 euros ;
 - la sanction infligée à Kid et Feel de 10 000 euros à 1 000 euros ;
 - la sanction infligée à Regard’s de 10 000 euros à 1 000 euros ;
 - la sanction infligée à Exception de 10 000 euros à 1 000 euros ;
 - la sanction infligée à Nouvelle Ere de 20 000 euros à 1 000 euros ;
 - la sanction infligée à City Models de 20 000 euros à 1 000 euros, et
 - la sanction infligée à Metropolitan Models de 300 000 euros à 150 000 euros.

522. Eu égard à l'ensemble des éléments décrits plus haut, il y a lieu d'imposer aux entreprises en cause les sanctions suivantes :

Entreprise	Sanction (en euros) après ajustements finaux
L'Agence	3 000
Agence DI	20 000
Agence People-Coccinelle	18 000
BananasMambo	40 000
SARL Bout'chou	3 000
Catlinka-Privilège	1 000
City Models	1 000
Crystal Model Agency's	40 000
Dynamite	18 000
Elite Model Management	300 000
Enjoy Models Management	20 000
Exception	1 000
Premium Models (anciennement Ford Models Europe)	80 000
Frimousse SARL	40 000
Happy Communication	10 000
Hinolisari-Success	40 000
Hourra ! Models SARL	40 000
International Management Group	300 000
Karin Models	80 000
Kid et Feel	1 000
Marilyn Agency	600 000
Metropolitan Models	150 000
New Madison	40 000
Next Management Paris	80 000
Nouvelle Ere	1 000
Perfect Models SARL	40 000
Profil	20 000
Rebecca	80 000

Regard's	1 000
Smith & Smith Characters	20 000
Viva Model Management	80 000
Women Management (venant aux droits de Nathalie)	80 000
Women Management	80 000
Zenith Models	3 000
Total	2 331 000

D. SUR L'OBLIGATION DE PUBLICATION

523. Afin d'attirer l'attention des clients des agences de mannequins, il y a lieu, compte tenu des faits constatés par la présente décision et des infractions relevées, d'ordonner sur le fondement du I de l'article L. 464-2 du code de commerce, la publication, à frais partagés du syndicat et des entreprises sanctionnés et au prorata de leurs sanctions pécuniaires, dans l'édition du journal Les Échos, du résumé de la présente décision figurant ci-après :

« Le 29 septembre 2016, l'Autorité de la concurrence a rendu une décision par laquelle elle impose des amendes, pour un montant total de 2 381 000 euros, au Syndicat National des Agences de Mannequins (SYNAM) ainsi qu'à 37 agences de mannequins, pour des pratiques d'entente anticoncurrentielle.

Du début de l'année 2000 à la fin de l'année 2010, le SYNAM a élaboré et diffusé des grilles de tarifs des prestations d'agences de mannequins. Ces grilles tarifaires, mises à jour annuellement, ont limité la liberté commerciale des agences et faussé les négociations avec les clients. Par son comportement, le SYNAM, qui en raison de son statut d'organisation professionnelle assume une responsabilité particulière dans le respect de la loi par ses membres, a porté une atteinte grave au fonctionnement de la concurrence dans ce secteur.

L'Autorité a également sanctionné 37 agences qui ont, pour des durées variables comprises entre le 6 février 2009 et le 31 décembre 2010, participé à l'élaboration, à la diffusion et, le cas échéant, à l'application des grilles tarifaires du SYNAM. »

DÉCISION

Article 1^{er} : Il est établi que le SYNAM a enfreint les dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce en mettant en œuvre, entre le 1^{er} janvier 2000 et le 31 décembre 2010, une entente consistant en l'élaboration et la diffusion de barèmes tarifaires.

Article 2 : Il est établi que les sociétés L'Agence ; Agence DI ; Agence People-Coccinelle ; BananasMambo ; SARL Bout'chou ; Catlinka-Privilège ; City Models ; Crystal Model Agency's ; Dynamite ; Elite Model Management ; Enjoy Models Management ; Exception ; Premium Models ; Frimousse SARL ; Happy Communication ; Hinolisari-Success ; Hourra ! Models SARL ; Idole Model Management ; International Management Group ; International Publicity Services ; Karin Models ; Kid et Feel ; Marilyn Agency ; Metropolitan Models ; New Madison ; Next Management Paris ; Nouvelle Ere ; Ovation ; Perfect Models SARL ; Profil ; Rebecca ; Regard's ; Smith & Smith Characters ; Viva Model Management ; Women Mangement ; Women Management (venant aux droits de Nathalie) et Zenith Models ont enfreint les dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce en mettant en œuvre, chacune pour sa durée de participation aux pratiques, une entente consistant en l'élaboration, la diffusion et le cas échéant, l'application de barèmes tarifaires entre le 6 février 2009 et le 31 décembre 2010.

Article 3 : Les sociétés Angels Models Management, MP Paris et V.I.P. Models sont mises hors de cause.

Article 4 : Sont infligées les sanctions pécuniaires suivantes au titre des pratiques visées aux articles 1^{er} et 2 :

- au **Syndicat national des agences de mannequins**, une sanction de 50 000 euros ;
- à la société **L'Agence**, une sanction de 3 000 euros ;
- à la société **Agence DI**, une sanction de 20 000 euros ;
- à la société **Agence People-Coccinelle**, une sanction de 18 000 euros ;
- à la société **BananasMambo**, une sanction de 40 000 euros ;
- à la société **SARL Bout'chou**, une sanction de 3 000 euros ;
- à la société **Catlinka-Privilège**, une sanction de 1 000 euros ;
- à la société **City Models**, une sanction de 1 000 euros ;
- à la société **Crystal Model Agency's**, une sanction de 40 000 euros ;
- à la société **Dynamite**, une sanction de 18 000 euros ;
- à la société **Elite Model Management**, une sanction de 300 000 euros ;
- à la société **Enjoy Models Management**, une sanction de 20 000 euros ;
- à la société **Exception**, une sanction de 1 000 euros ;
- à la société **Premium Models**, une sanction de 80 000 euros ;
- à la société **Frimousse SARL**, une sanction de 40 000 euros ;
- à la société **Happy Communication**, une sanction de 10 000 euros ;
- à la société **Hinolisari-Success**, une sanction de 40 000 euros ;
- à la société **Hourra ! Models SARL**, une sanction de 40 000 euros ;

- à la société **International Management Group**, une sanction de 300 000 euros ;
- à la société **Karin Models**, une sanction de 80 000 euros ;
- à la société **Kid et Feel**, une sanction de 1 000 euros ;
- à la société **Marilyn Agency**, une sanction de 600 000 euros ;
- à la société **Metropolitan Models**, une sanction de 150 000 euros ;
- à la société **New Madison**, une sanction de 40 000 euros ;
- à la société **Next Management Paris**, une sanction de 80 000 euros ;
- à la société **Nouvelle Ere**, une sanction de 1 000 euros ;
- à la société **Perfect Models SARL**, une sanction de 40 000 euros ;
- à la société **Profil**, une sanction de 20 000 euros ;
- à la société **Rebecca**, une sanction de 80 000 euros ;
- à la société **Regard's**, une sanction de 1 000 euros ;
- à la société **Smith & Smith Characters**, une sanction de 20 000 euros ;
- à la société **Viva Model Management**, une sanction de 80 000 euros ;
- à la société **Women Management**, une sanction de 80 000 euros ;
- à la société **Women Management (venant aux droits de Nathalie)**, une sanction de 80 000 euros ;
- à la société **Zenith Models**, une sanction de 3 000 euros.

Article 5 : Il n'y a pas lieu de prononcer de sanctions pécuniaires à l'encontre des sociétés Idole Model Management, International Publicity Services et Ovation.

Article 6 : Les personnes morales visées aux articles 1^{er} et 2 feront publier le texte figurant au paragraphe 523 de la présente décision, en respectant la mise en forme, dans l'édition du journal Les Échos. Cette publication interviendra dans un encadré en caractères noirs sur fond blanc de hauteur au moins égale à trois millimètres sous le titre suivant, en caractères gras de même taille : « *Décision de l'Autorité de la concurrence n° 16-D-20 du 29 septembre 2016 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des prestations réalisées par les agences de mannequins* ». Elles pourront être suivies de la mention selon laquelle la décision a fait l'objet de recours devant la cour d'appel de Paris si de tels recours sont exercés. Les personnes morales concernées adresseront, sous pli recommandé, au bureau de la procédure, copie de cette publication, dès sa parution et au plus tard le 29 novembre 2016.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Marie-Aimée Veinberg-Trouvet et M. Gilles Vaury et l'intervention de M. Umberto Berkani, rapporteur général adjoint, par M. Emmanuel Combe, vice-président, président de séance, Mme Laurence Idot, Mme Isabelle de Silva, Mme Marie-Laure Sauty de Chalon, membres.

La secrétaire de séance,

Le vice-président,

Béatrice Déry-Rosot

Emmanuel Combe

© Autorité de la concurrence