HENRY & BRICOGNE AVOCATS

L'ACTUALITE DU DROIT ECONOMIQUE

N° 24 – juin, juillet et août 2021

Cette lettre présente une sélection de la jurisprudence intervenue en droit économique en juin, juillet et août 2021 (cette lettre est également disponible sur notre site avocats-h.com)

DROIT DE LA CONCURRENCE

Pratiques anticoncurrentielles

Une clause limitant la vente par correspondance n'est pas nécessairement anticoncurrentielle (Cour d'appel de Paris, 9 juin 2021, n° 18/17379).

Un parfumeur qui distribue ses produits ***via* un réseau de distribution sélective** poursuivait **un site internet** qui vendait ses produits sans être membre du réseau de distribution sélective ainsi qu'une **chaîne de télévision** qui avait présenté le site dans l'une de ses émissions.

Le Tribunal de commerce qui avait jugé **licite** le réseau de distribution sélective du parfumeur condamnait le site internet et la chaîne de télévision à des dommages et intérêts. Le site internet se voyait également interdire la commercialisation des produits. En appel, la Cour **infirmait** le jugement au motif que le réseau de distribution sélective n'était pas licite au regard du droit de la concurrence, les contrats de distribution sélective comportant **des restrictions caractérisée**s. Le parfumeur ne pouvait donc pas exiger que les produits ne soient vendus que par ses distributeurs sélectifs.

Cet **arrêt est cassé** par la Cour de cassation au motif que même si l'accord ne bénéficiait pas d'une exemption par catégorie, cela **n'impliquait pas nécessairement** que le réseau de distribution sélective contrevînt aux dispositions de l'article 101, paragraphe 1 TFUE (V. notre lettre d'actualité n° 7). **La procédure revenait devant la Cour d'appel de Paris. La question posée** à nouveau à la Cour d'appel était donc celle de savoir si des clauses considérées comme des restrictions de concurrence caractérisées au sens du règlement d'exemption alors applicable, pouvaient ne pas contrevenir au droit de la concurrence (entente anticoncurrentielle). Il s'agit **d'hypothèses très rares** qui sont envisagées par les Lignes directrices sur les restrictions verticales du 19 mai 2010 (pt. 60).

En l'espèce, l'une des clauses litigieuses conduisait **à limiter les ventes par correspondance**, ce qui est *a priori* une restriction aux ventes passives et constitue en tant que telle une restriction caractérisée selon le règlement d'exemption. Cependant, la Cour relève que *« **l'interdiction de vente par correspondance ayant été déclarée conforme au droit communautaire par la Commission européenne (décision […] du 16 décembre 1991),** la clause […] ne peut avoir d'effet anticoncurrentiel en ce qu'elle limite l'interdiction de ce procédé de vente, en organisant les modalités d'une telle vente ».*

Elle ajoute que *« cette clause **n'exclut pas la vente aux agents d'achat** dans la mesure où elle permet d'acheter par leur biais en bénéficiant d'une réduction de prix, mais **à la condition que le consommateur se rende personnellement au magasin**, ce qui se justifie par **l'image de luxe** attachée aux produits et la nécessité d'assurer l'étanchéité du réseau. Ainsi, la clause […] **ne va pas au-delà de ce qui est nécessaire** pour préserver l'image de luxe des produits en cause. Elle **est licite** sur le fondement de l'article 101 §1 TFUE comme dépourvue d'objet et d'effets anticoncurrentiels ».*

Cette position peut surprendre dans la mesure où les autorités de concurrence **sont très sévères** en cas de restriction aux ventes passives, ce qui est le cas d'une clause limitant les ventes par correspondance. Ainsi**, un fabricant de matériel de motoculture** (tronçonneuses notamment) vendant ses produits par le biais d'un réseau de distribution sélective avait été condamné pour avoir restreint les ventes par Internet de ses distributeurs car il exigeait contractuellement **une remise en main propre** pour certains produits par le distributeur à l'acheteur (retrait en magasin ou livraison en personne au domicile de l'acheteur) en raison de leur dangerosité (Cour d'appel de Paris, 17 oct. 2019, n° 18/24456, V. notre Lettre d'actualité n° 14). **Une telle restriction, qui n'interdisait pourtant pas la vente par Internet mais la limitait, avait été qualifiée de restriction par objet.**

La décision de la Commission européenne du 16 décembre 1991 (Yves Saint-Laurent) sur laquelle la Cour s'appuie **est ancienne** et il n'est **pas certain** que, compte tenu de l'évolution du droit de la concurrence, la Commission statuerait à nouveau dans le même sens eu égard à sa position concernant la restriction des ventes par Internet. Il faut cependant relever que **les produits de luxe font l'objet de la part des autorités de concurrence d'une attention particulière.**

HENRY & BRICOGNE AARPI
9, avenue Marceau – 75116 Paris
Tel. : 01.45.53.15.42 - Fax. : 01.47.04.06.76
xavier.henry@avocats-h.com
andre.bricogne@avocats-h.com
Site Internet : avocats-h.com
Directeur de la publication : Xavier HENRY
Dépôt légal : avril 2017 – ISSN 2649-0277

En effet, si la Cour de Justice a jugé que toute restriction directe ou indirecte des ventes par Internet imposée à un distributeur est une restriction par objet **(CJUE, 13 oct. 2011, *Pierre Fabre*, aff. C-439/09),** elle a considéré que l'interdiction faite à des distributeurs de vendre en ligne des produits de parfumerie *via* **des plateformes tierces** ne constituait pas une restriction de concurrence au motif que cette clause permettait de préserver **l'image de marque des produits** (CJUE, 6 déc. 2017, *Coty*, aff. C-230/16).

Epilogue de l'affaire de l'augmentation de prix par une entreprise en position dominante (Cour de cassation, com. 7 juillet 2021, n° 19-25.586 et n° 19-25.602).

Par une décision n° 18-D-17 du 20 septembre 2018, l'Autorité de la concurrence **avait sanctionné** une société qui jouissait d'un monopole de fait sur le marché de l'élimination des déchets d'activités de soins à risque infectieux (DASRI) en Corse et qui **avait abusé de sa position dominante en procédant à une augmentation brutale**, significative, persistante et injustifiée du prix des prestations d'élimination desdits déchets. Cette décision **avait été infirmée par la Cour d'appel** de Paris (Paris, 14 nov. 2019, n° 18/23992, V. notre Lettre d'actualité n° 15).

La Cour de cassation **approuve** la cour d'appel d**'avoir jugé que** *« dès lors que l'application d'une augmentation tarifaire n'est rien d'autre que la fixation d'un prix et que l'appréciation du caractère équitable ou non équitable d'une telle augmentation se confond avec celle du caractère équitable ou non équitable du prix en résultant, […]* ***l'Autorité ne soutient pas que les prix résultant des augmentations tarifaires […] étaient sans rapport raisonnable avec la valeur économique de la prestation fournie*** *et, partant, ne les a pas qualifiés d'excessifs, de sorte que, eu égard à la charge de la preuve pesant sur l'Autorité, il y a lieu de présumer que les prix résultant des augmentations pratiquées étaient équitables ».*

Une augmentation de prix par un opérateur en position dominante ne constitue un abus au sens de l'article L. 420-2, al. 1er du code de commerce **que si elle est inéquitable**. Une augmentation de tarif dont il est n'est pas démontré qu'elle serait inéquitable ne peut donc en elle-même caractériser un abus.

Des discussions d'ordre technique entre concurrents peuvent être constitutives d'une entente (Communiqué de la Commission européenne du 8 juillet 2021).

La Commission européenne a condamné trois constructeurs automobiles pour entente. Selon le communiqué de la Commission (la décision n'est pas encore disponible), les concurrents « ***se sont régulièrement rencontrés dans le cadre de réunions techniques pour discuter du développement de la technologie*** *de réduction catalytique sélective (SCR), qui élimine les émissions nocives d'oxyde d'azote (NOx) des gaz d'échappement des voitures à moteur diesel par l'injection d'urée (également appelée «AdBlue») […]* ***pour éviter de se faire concurrence en allant au-delà de ce qui était exigé par la législation en matière d'épuration des gaz d'échappement****, bien que la technologie nécessaire ait été disponible ».*

Les concurrents *« se sont accordés* ***sur les tailles et gammes des réservoirs d'AdBlue ainsi que sur la consommation moyenne estimée d'AdBlue.*** *Ils ont également échangé des informations commercialement sensibles sur ces éléments. Ils ont ainsi levé l'incertitude quant à leur conduite future sur le marché en ce qui concerne le dépassement des exigences légales en matière d'épuration des émissions de NOx et les intervalles de ravitaillement en AdBlue. Cela signifie qu'ils ont restreint leur concurrence sur des caractéristiques du produit qui sont importantes pour les consommateurs. Ce comportement* ***constitue une infraction par objet sous la forme d'une limitation du développement technique****, un type d'infraction expressément visé à l'article 101, paragraphe 1, point b), du traité et à l'article 53, paragraphe 1, point b), de l'accord sur l'Espace économique européen (EEE) ».*

En d'autres termes, **si une coopération technique entre concurrents peut être envisageable, elle doit rester technique et non pas permettre à des entreprises de ne pas se faire concurrence.** C'est ainsi par exemple que la Commission indique dans son communiqué que certains aspects de la coopération entre les concurrents ne soulevaient pas *« de problèmes de concurrence, tels que la normalisation du goulot de remplissage d'AdBlue, la discussion des normes de qualité pour l'AdBlue ou le développement conjoint d'une plateforme logicielle sur le dosage de l'AdBlue ».*

Il est à noter que l'une des trois entreprises ne s'est pas vu infliger d'amende par la Commission car elle **a bénéficié de la procédure de clémence en révélant l'existence de l'entente à la Commission**. Les autres parties ont reconnu leur participation à l'entente et ont accepté de régler l'affaire par **transaction**.

Pratiques restrictives

Une entreprise audiovisuelle est condamnée pour participation à la violation de l'interdiction de revente hors réseau (Cour d'appel de Paris, 9 juin 2021, n° 18/17379).

Une entreprise **audiovisuelle** (télévision) qui a assuré dans certaines de ses émissions la **promotion** d'un site internet offrant à la vente de manière illicite des produits distribués *via* un **réseau de distribution sélective**, porte indirectement atteinte au réseau de distribution sélective *« favorisant ainsi une commercialisation importante des produits ».*

Sa responsabilité est ainsi engagée **sur le fondement de l'article L. 442-6 I 6°** du code de commerce (devenu l'article **L. 442-3)**. L'article **L. 442-3 du Code de commerce** énonce que *« Engage la responsabilité de son auteur et l'oblige à réparer le préjudice causé le fait, par toute personne exerçant des activités de production, de distribution ou de services de participer directement ou indirectement à la violation de l'interdiction de revente hors réseau faite au distributeur lié par un accord de distribution sélective ou exclusive exempté au titre des règles applicables du droit de la concurrence ».*

La Cour a également retenu **une faute de négligence** car il appartenait à l'entreprise audiovisuelle **de vérifier** qu'il n'existait pas de violation d'un réseau de distribution.

Doit être prise en compte la reconversion de la victime de la rupture brutale pour fixer la durée du préavis en cas de rupture brutale (Cour d'appel de Paris, 6 juillet 2021, n° 19/14727).

Après **16 ans** de relations, une entreprise se voit notifier par son partenaire avec lequel elle réalise 70 % de son activité la rupture de ces relations avec un préavis de **5 mois**. La victime de la rupture estime ce préavis insuffisant au regard de l'article L. 442-6, I, 5°, devenu l'article L. 442-1, II du code de commerce.

Pour fixer à 12 mois la durée du préavis qui aurait dû être accordé par l'auteur de la rupture, la Cour rappelle que *« le délai de préavis doit s'entendre du temps nécessaire à l'entreprise délaissée pour préparer le **redéploiement** de son activité, **trouver un autre partenaire** ou une autre solution de remplacement ».*

En application de ce principe, la Cour relève que la plaignante *« a su se **réorganiser, trouver d'autres débouchés**, **adapter** son activité. Elle a retrouvé actuellement 75 % de ses anciens clients, et développe une activité prometteuse avec le groupe […] ».* Par ailleurs, elle *« exerce désormais son activité sous **l'enseigne [**…] et a développé une activité concurrente de celle de la société [de son ancien partenaire] ».*

Si la loi impose de tenir compte de la durée de la relation pour fixer la durée du préavis, d'autres critères peuvent être pris en compte. La **reconversion** de la victime est un critère de bon sens. Il est vrai cependant qu'en matière de rupture brutale, **le bon sens n'est pas toujours de mise**. C'est ainsi que la **reconversion** selon **la Cour de cassation** ne doit pas être prise en compte ni dans l'évaluation de la durée du préavis ni dans celle du **préjudice** subi par la victime de la rupture brutale (Com. 9 juill. 2013, n° 12-20.468 ; V. X. Henry, Les principes jurisprudentiels mal établis de la rupture brutale de l'article L. 442-6, I, 5° du code de commerce, RTDCom 2018, n° 2, n°s 56 et. s.). Aussi, si un **pourvoi** était formé contre cet arrêt, l'arrêt de la Cour de cassation ne manquerait-il pas **d'intérêt**.

Une entreprise dispose d'un pouvoir réel de négocier si elle ne se trouve pas dans un rapport de force avec l'autre partie (Cour de cassation, com. 7 juillet 2021, n° 19-22.807).

La définition de la soumission au sens de l'article L. 442-6, I, 2° du code de commerce (devenu l'article L. 442-2, I, 2°) poursuit son évolution. Ce texte disposait qu'*« Engage la responsabilité de son auteur et l'oblige à réparer le préjudice causé le fait, par tout producteur, commerçant, industriel ou personne immatriculée au répertoire des métiers […] **De soumettre ou de tenter de soumettre un partenaire commercial** à des obligations créant **un déséquilibre significatif** dans les droits et obligations des parties ».* La rédaction du nouveau texte n'a pas été modifiée sur ce point.

L'une des conditions de la mise en œuvre du texte est qu'il faut que la partie qui se plaint d'un déséquilibre significatif démontre **qu'elle a été soumise à l'autre partie**.

La **définition** de la soumission au sens de ce texte fait l'objet de débats. La jurisprudence avait retenu que la soumission se déduisait de l'absence de négociations effectives, c'est-à-dire que toute négociation du contrat ou de certaines de ses clauses avait été refusée à la partie qui l'avait demandée (Com. 20 nov. 2019, n° 18-12.823). Cependant, l'on relevait plusieurs décisions de la **cour d'appel de Paris** qui jugeaient que la soumission ne pouvait exister **sans un rapport de force entre les parties** (V. nos Lettres d'actualité n°s 15, 21 et 23 et X. Henry et A. Bricogne, Distribution automobile : revue de la jurisprudence marquante de l'année 2019, AJ contrat, mars 2020, p. 143).

La Cour de cassation **approuve** un arrêt de cour d'appel de Paris qui *« Après avoir énoncé que le caractère pré-rempli des clauses du contrat ne suffit pas à prouver la soumission ou la tentative de soumission au sens de l'article L. 442-6, I, 2° du code de commerce, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2019-359 du 24 avril 2019 […] »* juge *« qu'il convient **de rechercher si la société [plaignante], laquelle s'est reconnue au contrat comme professionnelle en matière de logistique et, partant, de stockage, avait un pouvoir réel de les négocier […] ».*** Tel était bien le cas en l'espèce car *« le rapport de force entre les parties, **compte tenu de leur taille, de leur poids économique et de leur présence sur le marché, ne traduit pas un déséquilibre économique**, aucun élément n'étant produit en faveur d'un risque encouru par la société Avenir Telecom en cas de refus de la clause litigieuse ».*

Ainsi, l'entreprise qui ne se trouve pas dans un rapport de force ne peut prétendre se trouver dans une situation de soumission.

DROIT DE LA DISTRIBUTION

Description des tâches que remplit l'agent commercial (Cour de cassation, com. 23 juin 2021, n° 18-24.039).

A la suite de l'arrêt de la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE, 4 juin 2020, aff. C- 828/18, V. notre Lettre d'actualité n° 18), la Cour de cassation énonce que *« les tâches principales d'un agent commercial consistent **à apporter de nouveaux clients** au commettant et à développer les opérations avec les clients existants, que l'accomplissement de ces tâches peut être assuré par l'agent commercial au moyen **d'actions d'information et de conseil ainsi que de discussions**, qui sont de nature à favoriser la conclusion de l'opération commerciale pour le compte du commettant, même si l'agent commercial **ne dispose pas de la faculté de modifier les prix** des marchandises vendues ou des services rendus […] ».*

Cette description est assez **large** pour rendre plus difficile **la qualification des différents intermédiaires commerciaux** (agent commercial, mandataire d'intérêt commun, courtier ou prestataire commercial), une telle définition pouvant s'appliquer selon les circonstances à chacun d'eux.

De la difficulté de poursuivre une plateforme en ligne qui permet d'offrir à la vente des produits vendus par la distribution sélective [Cour d'appel de Paris, 30 juin 2021, n° 20/11968 (1ère espèce) ; Cour d'appel de Paris, 1er juillet 2021, n° 20/17234 (2ème espèce)].

Un parfumeur qui indiquait vendre ses produits par le biais d'un réseau de **distribution sélective** reprochait à **deux plateformes Internet** de permettre la vente de ses produits en violation des règles de la distribution sélective, étant précisé que ces plateformes n'étaient pas elles-mêmes venderesses des produits. Le parfumeur **les a poursuivies en référé** et la cour d'appel de Paris a rendu deux décisions, desquelles il résulte qu'il n'était pas démontré que les plateformes en ligne étaient fautives.

La Cour rappelle que selon l'article 6.I 2 al. 1er de la loi du 21 juin 2004 pour **la confiance dans l'économie numérique**, *« Les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services **ne peuvent pas voir leur responsabilité civile engagée du fait des activités ou des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère manifestement illicite** ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère ou si, dès le moment où elles en ont eu cette connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible ».*

Il est donc nécessaire, selon la Cour, ***« d'établir pour chaque affaire le rôle effectivement joué par la plate-forme dont la responsabilité est critiquée »*** (2ème espèce). De même, *« la responsabilité des [plateformes] dans les faits dénoncés* ***dépend de la détermination de leur qualification d'hébergeur ou d'éditeur, laquelle repose sur le rôle actif ou passif*** *attribué à ces sociétés dans le processus de vente de produits en violation d'un réseau de distribution sélective »* (1ère espèce).

S'agissant de la **première espèce**, la Cour juge que *« le rôle* ***actif*** *des [plateformes] et par conséquent l'absence de qualité d'hébergeur […]* ***ne ressort pas avec l'évidence*** *requise en référé mais au contraire nécessite un examen au fond qui échappe au pouvoir du juge des référés ».*

S'agissant de la **deuxième espèce**, s'appuyant notamment sur un arrêt de la Cour de Justice de l'Union Européenne du 12 juillet 2011, la Cour s'attache à vérifier si la plateforme qui revendique être un simple hébergeur ***« a dépassé son rôle de prestataire d'hébergement en fournissant notamment des techniques d'optimisation commerciales*** *aux boutiques coupables de vente illicites […] » car alors sa responsabilité pourra être engagée à titre d'éditeur ou, en tout cas, [elle] ne pourra se prévaloir du simple statut d'hébergeur ».*

La Cour relève que *« les conditions générales de vente [de la plateforme] précisent qu'elle* ***n'intervient pas dans les transactions entre vendeurs*** *et acheteurs et ne contrôle ni la qualité ni les droits des vendeurs sur les produits mis en vente, et* ***que ce n'est que sur demande et via les 'outils de vente' que la société donne aux vendeurs des indications statistiques sur les ventes et leur performance*** *».*

Par ailleurs, le rôle de plateforme *« relativement au paiement du prix, aux sanctions des vendeurs qui ne respecteraient pas les conditions [de la plateforme], au retrait de certains produits en cas de coordonnées incorrectes, d'évaluations négatives,* ***relève du rôle de simple intermédiation,*** *d'un contrôle a posteriori et peut s'opérer par traitement automatisé et ne suppose pas une intervention directe [de la plateforme]sur les produits vendus ».*

Enfin, selon la Cour, *« il n'est pas établi que les conditions générales comportent la fourniture systématique de service pour 'booster les ventes', faire bénéficier du service d'assistant vendeurs ou envoie des messages spontanés* ***pour rediriger les acheteurs vers ces produits*** *et il apparaît qu'au contraire ce n'est que sur souscription d'options particulières que le rôle [de la plateforme] est plus actif […] ».* Le parfumeur est donc **débouté**, faute de démontrer **le rôle actif de la plateforme internet dans connaissance ou le contrôle des données.**

DROIT DE LA CONSOMMATION

Précisions sur la qualité de consommateur et de non-professionnel au sens du droit de la consommation [Cour de cassation, 1ère civile, 30 juin 2021, n° 19-23.675 (1ère espèce) ; Cour de cassation, 1ère civile, 16 juin 2021, n° 19-23.609 (2ème espèce) ; Cour d'appel de Paris, 1er juillet 2021, n° 19/04035 (3ème espèce)].

Plusieurs décisions ont été rendues sur la qualification de consommateur ou de non-professionnel au sens du droit de la consommation.

Dans une **première espèce**, un architecte avait assigné **un client personne physique** en paiement d'un solde d'honoraires. La cour d'appel avait fait droit à la fin de non-recevoir du débiteur **qui se prévalait de la prescription de deux ans de l'article L. 137-2, devenu L. 218-2** du code de la consommation aux termes desquels *« L'action des professionnels, pour les biens ou les services qu'ils fournissent aux consommateurs,* ***se prescrit par deux ans.*** *».* Entre commerçants, elle est de **cinq ans.**

L'arrêt est **cassé** par la Cour de cassation qui rappelle que *« la prescription biennale n'est applicable à la demande en paiement formée par un professionnel contre une personne physique* ***que si cette dernière a eu recours à ses services à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ».***

En l'espèce, **le client agissait bien à des fins commerciales**. Le projet envisagé par le client avec un notaire et une société, ayant pour objet la **promotion immobilière** de logements, portait sur la construction d'un immeuble de cinquante-six appartements et sa division en trois lots **à des fins commerciales**. En conséquence, le client personne physique **a bien eu recours à l'architecte pour une activité commerciale**. Il importait peu qu'il soit *« professeur d'université profane en matière de construction immobilière ».*

Une **personne physique n'est pas un consommateur** lorsqu'elle contracte pour une activité commerciale, fût-elle seulement occasionnelle.

Dans une **deuxième espèce**, une **association** sportive avait loué du matériel de reprographie mais avait été **défaillante** dans le paiement des loyers, de sorte que le bailleur l'avait assignée en paiement. L'association invoquait le **caractère abusif de la clause** relative à l'indemnité de résiliation sur le fondement de l'article L. 132-1 du code de la consommation, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 concernant les clauses abusives.

La Cour d'appel jugeait cependant *« qu'en prenant en location un matériel de reprographie pour les nécessités de son activité, l'association a agi à des fins qui entrent dans son activité professionnelle et qu'il [importait] peu que son objet, en l'espèce la pratique d'activités sportives, soit étranger à la conclusion du contrat de longue durée ».*

L'association ne pouvait être qualifiée de « non-professionnelle », termes désormais définis par **l'article liminaire** du code de la consommation comme ***« toute personne morale qui n'agit pas à des fins professionnelles ».*** Elle ne pouvait donc pas invoquer le droit de la consommation qui ne protège pas les professionnels, sauf rares exceptions.

La Cour de cassation **casse** l'arrêt, lui reprochant de **de ne pas avoir recherché,** ***« si, en l'absence de ressources autres que celles tirées des cotisations de ses membres, l'activité de l'association revêtait un caractère professionnel ».*** Le critère pour déterminer si une association est une professionnelle ou une non-professionnelle réside donc dans la **provenance de ses ressources**.

Un arrêt de la cour d'appel de Paris **va dans le même sens** à propos d'une **association** représentant les industries nautiques, **qu'elle a qualifiée de professionnelle** et qui ne pouvait donc invoquer la législation sur les clauses abusives du code de la consommation **(3ème espèce).** Cette association était impliquée dans **la tenue de salons nautiques dont elle tirait l'essentiel de ses recettes.** Il résultait également de ses statuts qu'elle avait notamment pour objet le développement du nautisme **(actions promotionnelles** et patronage de toutes manifestations en faveur de l'industrie nautique et de la navigation de plaisance et de commerce ou fluviale). Il s'agissait donc d'une **professionnelle** de la filière nautique.