

## **Note explicative de la Commission de la concurrence se rapportant à la Communication concernant les accords verticaux dans le domaine de la distribution automobile**

La Commission de la concurrence (ci-après: la Comco) a adopté le 21 octobre 2002 une Communication concernant les accords verticaux dans le domaine de la distribution automobile (ci-après: la Communication), en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2002.

Dans le cadre de sa mise en œuvre, le secrétariat de la Comco a été amené à fournir des explications à un certain nombre de questions soulevées par les destinataires de la Communication.

La Comco réunit, dans le présent texte, les réponses aux questions les plus fréquentes et les publie sous forme de note explicative.

Ce faisant, elle tient compte des développements enregistrés au niveau européen dans l'application du règlement (CE) N° 1400/2002 et veille ainsi à rester en harmonie avec la pratique développée par la Commission européenne.

### **Chiffre 3: systèmes de distribution**

Dans le domaine de la vente, les fournisseurs d'automobiles ont le choix entre deux modes de distribution, à savoir la distribution exclusive ou sélective. Il n'est plus possible de combiner ces deux modes de distribution comme cela était le cas sous l'ancien régime.

### **Chiffre 5 let. b: systèmes de primes**

Lorsqu'un fournisseur d'automobiles accorde des primes d'achat, celles-ci se calculent en fonction du nombre de véhicules neufs achetés auprès de ce dernier, indépendamment de la destination finale des véhicules, ventes aux consommateurs finals ou aux autres distributeurs agréés du réseau. Le fait de tenir compte de la destination finale des véhicules constituerait une restriction indirecte aux livraisons croisées.

Par ailleurs, si le fournisseur d'automobiles fixe à ses distributeurs agréés des objectifs de vente, la réalisation de cet objectif ne peut pas être liée au nombre de véhicules neufs acquis auprès de l'importateur officiel.

Par contre, un fournisseur d'automobiles peut octroyer des rabais de quantité relatifs au volume acheté auprès de lui par un de ses distributeurs agréés.

## **Chiffre 5 let. c: garanties, services gratuits, rappels de tout véhicule**

Quel que soit le lieu d'achat du véhicule, l'Espace Economique Européen ou la Suisse, les réparateurs agréés ont l'obligation de réparer tous les véhicules de la marque en question, d'honorer les garanties, d'effectuer l'entretien gratuit et de réaliser tous les travaux sur les véhicules rappelés, peu importe que ceux-ci aient été achetés chez un distributeur agréé, un revendeur mandaté ou un revendeur indépendant.

Les garanties, telles qu'elles sont octroyées par les fournisseurs d'automobiles au lieu où le véhicule neuf est vendu, doivent rester valides aux mêmes conditions dans tout l'Espace Economique Européen et en Suisse.

Si un consommateur final fait réparer ou entretenir (y compris les réparations suite à un accident) sa voiture par un réparateur indépendant durant la période de garantie du fournisseur d'automobiles, le bénéfice de la garantie ne tombe pas, sauf si les travaux réalisés sont défectueux.

Un consommateur final n'a donc pas l'obligation de faire entretenir ou réparer sa voiture exclusivement au sein du réseau de réparateurs agréés durant la période de validité de la garantie.

## **Chiffre 6: réparateur agréé**

1. Les fournisseurs d'automobiles doivent organiser leurs réseaux de réparateurs agréés sur la base d'un système de distribution sélective s'appuyant uniquement sur des critères qualitatifs.

Ceci a pour conséquence qu'ils doivent accepter en qualité de réparateurs agréés tous ceux qui sont en mesure de remplir ces critères (obligation de contracter), y compris notamment les revendeurs agréés dont le contrat a été résilié, mais qui souhaiteraient poursuivre leur activité comme réparateurs agréés.

Il est légitime que les fournisseurs d'automobiles vérifient si les candidats remplissent les critères avant de conclure un accord avec eux.

2. Les fournisseurs d'automobiles sont libres dans le choix et la fixation des critères qualitatifs que doivent remplir les candidats. Ils peuvent exiger que les réparateurs agréés soient en mesure d'exécuter des travaux de réparation ou d'entretien d'une qualité définie et dans des délais fixes.

Les exigences des fournisseurs d'automobiles porteront sur l'aptitude des réparateurs agréés à honorer les garanties, à effectuer l'entretien gratuit

et à participer à un processus de rappel de tout véhicule automobile de la marque considérée vendu dans l'Espace Economique Européen ou en Suisse.

Certaines exigences qualitatives contribueront à limiter de façon indirecte le nombre de candidats capables de les remplir. Toutefois, les fournisseurs d'automobiles ne peuvent pas limiter le nombre de réparateurs agréés comme cela est le cas dans le domaine de la vente. Ainsi, les critères qualitatifs exigibles ne doivent pas aller au-delà de ce que requiert une bonne exécution des travaux de réparation et d'entretien.

Les fournisseurs d'automobiles ont l'obligation d'établir des critères qualitatifs identiques et de les appliquer de la même manière à tous les réparateurs (candidats ou déjà agréés) qui sont dans une situation semblable (principe de non-discrimination). Il est tout à fait envisageable de fixer pour des raisons économiques (zone d'activité, type de clientèle) des critères différents, étant entendu qu'au sein de chaque catégorie le principe de non-discrimination s'applique également.

D'autre part, les critères doivent être les mêmes pour les réparateurs agréés qui sont aussi des revendeurs agréés de véhicules neufs de la marque considérée que pour ceux qui ne le sont pas.

Un garagiste peut devenir réparateur agréé de plusieurs marques s'il est en mesure de remplir les critères qualitatifs exigés par chacune d'elles.

Les principes énoncés précédemment s'appliquent également lorsque le fournisseur d'automobiles a instauré un réseau de carrossiers agréés.

## **Chiffre 8: pièces de rechange**

Si les fournisseurs d'automobiles souhaitent mettre en place un réseau de distributeurs de pièces de rechange d'origine, alors ils ont l'obligation d'organiser leurs réseaux de distributeurs de pièces de rechange d'origine sur la base d'un système de distribution sélective s'appuyant sur des critères qualitatifs uniquement. Ceci a pour conséquence qu'ils doivent accepter en qualité de distributeurs agréés tous ceux qui sont en mesure de remplir ces critères (obligation de contracter).

## **Chiffre 12: accords sur les prix**

Les fournisseurs d'automobiles n'ont pas le droit de restreindre la capacité de leurs distributeurs agréés de fixer librement les prix de vente aux consommateurs finals. Les fournisseurs d'automobiles ne sont pas autori-

sés à imposer d'une quelconque façon des prix de vente fixes ou minimaux.

Ils peuvent éditer des listes de prix conseillés à condition que leurs distributeurs agréés soient libres de proposer toute forme de rabais aux consommateurs finals.

### **Chiffre 13: vente dans le cadre d'un système de distribution exclusive**

Dans un système de distribution exclusive, le distributeur agréé se voit allouer un territoire ou un cercle de clientèle défini.

Avec ce mode de distribution, le distributeur agréé n'a pas le droit de prospecter activement des clients d'une manière individuelle ou générale, par exemple en utilisant des lettres personnalisées ou du courrier électronique, au moyen de visites ou d'autres actions de promotion ciblées, en dehors du territoire ou du cercle qui lui a été confié (chiffre 4: ventes dites actives).

Une action de promotion générale opérée par le biais d'annonces publicitaires dans les médias ou sur un site Internet qui vise des clients situés sur le territoire exclusif alloué au distributeur agréé ou touchant des territoires non exclusifs ne tombe pas sous le coup de cette interdiction.

Par ailleurs, le distributeur agréé doit pouvoir satisfaire des demandes non sollicitées émanant de clients individuels qui se trouvent en dehors de son territoire ou de son cercle de clientèle (ventes dites passives).

Dans un système de distribution exclusive, le distributeur agréé peut vendre à des opérateurs "non agréés", notamment à des revendeurs indépendants, des supermarchés ou des opérateurs sur Internet.

### **Chiffre 14: vente dans le cadre d'un système de distribution sélective**

Dans un système de distribution sélective, le fournisseur d'automobiles choisit ses distributeurs agréés sur la base de critères qualitatifs et/ou quantitatifs prédéfinis.

A titre d'exemples, on peut citer les critères suivants:

Critères qualitatifs	Critères quantitatifs
Exigences en matière de formation du personnel commercial Exigences en matière d'exposition des produits Zone réservée à chaque marque dans la salle d'exposition	Volume minimum annuel d'achats Nombre maximum de distributeurs par zone Chiffre d'affaires minimum Obligation de détenir des stocks quantifiés Nombre de revendeurs agréés

Avec ce mode de distribution sélective, le fournisseur d'automobiles peut imposer au distributeur agréé de ne pas vendre de véhicules neufs à des distributeurs non agréés qui agissent en leur propre nom, notamment à des revendeurs indépendants, des supermarchés ou des opérateurs sur Internet.

Le fournisseur d'automobiles peut ainsi imposer que les seuls acheteurs possibles du distributeur agréé soient les autres distributeurs agréés de la marque considérée (livraisons croisées), les consommateurs finals ou un revendeur mandaté qui agit au nom d'un consommateur final.

Les ventes dites actives et passives ne sont frappées d'aucune restriction lorsque le fournisseur d'automobiles distribue ses voitures par le biais d'un système de distribution sélective.

### **Chiffre 14 let. a et b: revendeur mandaté**

La Communication octroie, dans le cadre d'un système de distribution sélective, la possibilité aux distributeurs agréés d'une marque de vendre des véhicules neufs à un revendeur mandaté par un consommateur final.

Les fournisseurs d'automobiles peuvent exiger de leurs distributeurs agréés qu'ils s'assurent que le revendeur mandaté est en possession d'un mandat signé et valide d'un consommateur final. Il s'agira par exemple d'un mandat d'acheter et/ou de prendre livraison d'un véhicule d'une catégorie ou d'un modèle donné.

Il est néanmoins envisageable de demander au revendeur mandaté qu'il fournisse en outre une preuve de l'identité du client final, telle que la copie d'un passeport ou d'une carte d'identité.

L'exécution de plusieurs mandats (mandats dits à la chaîne) qui permet à un client final d'acquérir un véhicule neuf via plusieurs revendeurs mandatés ne peut pas être interdit.

## **Chiffre 15 let. a et b: séparation des activités de vente et de service après-vente**

La Communication permet de dissocier les activités de vente et de service après-vente, de même que les activités de vente ne peuvent être liées à celles de la distribution de pièces détachées. Elle prévoit la suppression de l'obligation pour un même acteur de se charger à la fois de la vente et du service après-vente. Un distributeur agréé peut donc limiter son activité exclusivement à la vente de véhicules neufs ou au service après-vente.

La Communication prévoit que le distributeur agréé (non réparateur) doit indiquer au consommateur final les références d'un réparateur agréé en mesure de fournir les services de réparation et d'entretien, les travaux sous garantie et les réparations à la suite du rappel de véhicules (chiffre 15 let. b).

Un distributeur agréé peut aussi agir comme réparateur indépendant sur les véhicules neufs qu'il a vendus. Il risque cependant de ne pas être rémunéré par le fournisseur d'automobiles pour les réparations effectuées sous garantie, lors du rappel de véhicules ou les services gratuits octroyés par le fournisseur d'automobiles.

De même, chaque distributeur agréé a la possibilité d'abandonner son activité de vente pour se concentrer uniquement sur celle de réparateur agréé.

L'exercice conjoint des activités de vente et de service après-vente comme distributeur et réparateur agréé reste toujours possible, si le distributeur le souhaite.

## **Chiffre 15 let. c, d et e: approvisionnement en pièces de rechange**

Les fournisseurs d'automobiles n'ont pas le droit de limiter les possibilités d'approvisionnement en pièces de rechange. Un réparateur agréé ou indépendant doit pouvoir se procurer directement des pièces de rechange d'origine ou de qualité équivalente auprès de tiers (équipementiers) et ce n'importe où dans l'Espace Economique européen et en Suisse et les utiliser pour la réparation ou l'entretien de véhicules automobiles.

## **Chiffre 15 let. f: accès aux informations techniques**

Tous les réparateurs indépendants doivent avoir accès aux mêmes informations techniques, formations, outils et équipements que les réparateurs

agréés. Il s'agit notamment des informations nécessaires pour exécuter les services d'entretien et de réparation. L'accès doit être donné sans discrimination et rapidement. Les coûts facturés aux réparateurs indépendants doivent être proportionnés.

## **Chiffre 16: multi-marquisme**

Le nouveau régime permet au distributeur agréé d'une marque donnée (par exemple un concessionnaire) de devenir distributeur agréé d'une ou de plusieurs marques, sans que ce nombre soit limité dans l'absolu. Si dans l'Union européenne une limite minimale acceptable des achats totaux de véhicules neufs provenant d'une même marque a été fixée à 30%, cette limite n'existe pas en Suisse. Ainsi, il appartient aux distributeurs d'opérer un véritable choix entre la vente d'une ou de plusieurs marques.

Certaines exigences devront être assouplies ou abandonnées entièrement si elles rendent le multi-marquisme difficile en pratique. Par exemple, l'exigence d'un bureau d'accueil spécifique pour une marque devrait être abandonnée si, par hypothèse, la pénurie d'espace ou d'autres considérations pratiques rendaient la mise en place d'un second bureau d'accueil indûment difficile. Des exigences trop élevées concernant la surface d'exposition à mettre à disposition par marque ou le nombre de véhicules à exposer devront également être assouplies. Des équipements d'utilité commune et autres commodités ne devront jamais être réservés à une marque donnée.

Un revendeur agréé de même qu'un réparateur agréé d'une ou de plusieurs marques peuvent vendre des voitures d'autres marques concurrentes en tant qu'indépendant. Dès lors, il devra agir comme revendeur mandaté s'il entend s'approvisionner au sein du réseau de la marque en question. Il peut également s'approvisionner en dehors du réseau officiel d'une marque, soit sur le marché gris, sans pour autant encourir le risque de perdre sa qualité de distributeur agréé ou de réparateur agréé ou d'être pénalisé d'une façon ou d'une autre.

## **Chiffre 17: résiliation des contrats**

Un distributeur agréé qui est à la fois actif dans le domaine de la vente et de la réparation/entretien doit pouvoir mettre un terme à l'une de ses activités sans être contraint de négocier un nouveau contrat avec son fournisseur d'automobiles pour l'activité restante.

Un distributeur agréé ayant conclu un accord se rapportant à la vente et à la réparation et souhaitant se retirer de la vente de véhicules neufs, par exemple, tout en conservant son activité de réparateur agréé doit pouvoir

le faire sur la base de la convention existante passée avec son fournisseur d'automobiles.