

Louis VOGEL
Membre de l'Institut
Professeur agrégé
des Facultés de Droit
Attorney at Law (New York)

Joseph VOGEL
H.E.C.-I.E.P. Paris
Attorney at Law (New York)

Charles-Siegfried FAHRNER
Sylvain CORVOL
Stéphanie BOUDIN
Laurence BOUDAILLIEZ
Fernanda DE ABREU
Juliette BLOUET-GAILLARD
Cécile ASSÉMAT
Hubert DELVAL
Pétronille NOËL
Emmanuelle BOC
Virginie OZIOL
Margaux VICAIRE
Camille BESANCON
Clémence RECH
Anne-Claire LOHEST
Arthur EL AOUFIR
Marie CIVIT
Audrey BILLECARD
Léanna FRITSCH
Pierre-Wandrille AUBRY
Jean-Baptiste SEGUREL
Apolline LARERE
Lucie RATAJCZAK
Daphnée CHEVAL
Camille DOLOMIE

**AVOCATS
AU BARREAU DE PARIS**

Géraldine DEMME
Maître de conférences
des Facultés de droit
OF COUNSEL

Paris, le 20 mai 2025

**CONTRIBUTION DU CABINET VOGEL & VOGEL A LA
CONSULTATION PUBLIQUE DE LA COMMISSION SUR LE
REGLEMENT D'EXEMPTION PAR CATEGORIE APPLICABLE
AU SECTEUR AUTOMOBILE**

En complément des réponses fournies au sein du questionnaire établi par la Commission, le cabinet Vogel & Vogel souhaite communiquer les observations suivantes à la Commission.

1. S'agissant du seuil de parts de marché conditionnant le bénéfice de l'exemption par catégorie prévue par le REC « secteur automobile »

Le cabinet Vogel & Vogel appelle la Commission à procéder à une nouvelle analyse de la définition des marchés en matière d'après-vente et de distribution de pièces de rechange. La conception actuelle, selon laquelle ces marchés seraient « propres à chaque marque », est désormais obsolète et ne correspond plus à la réalité économique du marché.

En effet, **le marché de l'après-vente automobile est aujourd'hui pleinement concurrentiel compte tenu de la concurrence des réparateurs indépendants, des MRA, des franchises de réparation rapide et des multiples réseaux de réparation sous enseigne.** Tous ces opérateurs ainsi que tous les membres des réseaux de marque sont en mesure aujourd'hui d'assurer l'après-vente de toutes les marques automobiles, d'autant plus que la vente des pièces aux réparateurs est libre et ne peut être entravée et que tout opérateur indépendant a accès aux informations techniques.

Cette définition de marché qui serait propre à chaque marque ne tient pas non plus compte de la forte concurrence des opérateurs indépendants sur le segment des véhicules de trois ans et plus. Selon une étude récente publiée par le Crédit Agricole, 53 % des automobilistes se détournent des réseaux constructeurs une fois la période de garantie écoulee. Par ailleurs, même pendant la période de garantie, l'entretien et la réparation peuvent être réalisés hors réseau sans perte du bénéfice de la garantie, tant en vertu du droit de la concurrence que du droit de la consommation.

Les études des équipementiers montrent qu'en moyenne les réseaux des constructeurs ne réalisent plus que 40 % des prestations après-vente et encore ce pourcentage est surévalué puisqu'il intègre les prestations au titre de la garantie et les actions de rappel. Les parts de marché des réseaux constructeurs sur le marché de l'après-vente réellement payant pour les clients (hors garantie) est donc bien inférieur à 40 %.

Il est donc très important de redéfinir le marché de l'après-vente car la définition actuelle d'un marché par marque est totalement déconnectée de la réalité et fait que l'exemption ne s'applique jamais, ce qui est aberrant.

Enfin, la stricte distinction entre le marché de la distribution des véhicules neufs et le marché de l'après-vente doit être relativisée en cas d'achat de véhicules industriels et de véhicules utilitaires légers par des professionnels, dont le comportement d'achat est basé sur une approche dite « TCO » (*total cost of ownership*). Cette approche est d'ailleurs évoquée dans une note de bas de page des LDS (§ 57) et dans la Communication de la Commission sur la définition du marché, publiée en février 2024, s'agissant de la définition du marché en présence de marchés de l'après-vente (para. 99 et s.).

En l'état, cette définition de marché trop catégorique prive d'effet utile l'exemption par catégorie prévue par le REC « secteur automobile ». A défaut de révision de la définition de marché, il conviendrait d'augmenter le seuil de parts de marché conditionnant le bénéfice de l'exemption par catégorie, par exemple à 40 %.

Il conviendrait en outre de conserver le seuil dérogatoire de 40 % de parts de marché conditionnant le bénéfice de l'exemption par catégorie en matière de vente de véhicules automobiles neufs.

2. Observations finales pertinentes pour l'évaluation du REC « secteur automobile » et des lignes directrices supplémentaires

Le REC « secteur automobile » ainsi que ses lignes directrices complémentaires ne tiennent pas suffisamment compte de l'évolution actuelle des modes de mobilité, marquée par une diversification croissante des formules de mise à disposition de véhicules. Le développement rapide de la location avec option d'achat (LOA), de la location longue durée (LLD) et, plus récemment, des offres d'abonnement, constitue une alternative de plus en plus répandue à l'achat de véhicules neufs. En France, la LOA et la LLD représentaient ainsi 54 % des immatriculations de véhicules neufs en 2023, contre 49 % en 2021. Il serait donc pertinent d'intégrer ces évolutions dans le cadre de l'évaluation et de la révision du REC et de ses lignes directrices, afin de mieux refléter la réalité économique actuelle du marché.

Le cabinet Vogel & Vogel souhaite attirer l'attention de la Commission sur l'interprétation excessivement large que fait l'Autorité de la concurrence française de la notion de prix de vente imposés, et ce en contradiction avec le droit européen. Cette interprétation compromet la faculté pour les opérateurs de recourir à des prix maximums ou à des prix conseillés.

L'Autorité considère qu'une pratique de prix de vente imposés peut être caractérisée dès lors que les distributeurs appliquent les prix maximums ou conseillés déterminés ou recommandés par le

fournisseur, et ce, sans qu'il soit nécessaire de démontrer l'existence d'une contrainte explicite ou de mécanismes de surveillance mis en place par ce dernier (Aut. Conc., décision 24-D-09 du 29 oct. 2024). Cette approche s'écarte du cadre fixé par le droit européen de la concurrence. En effet, le règlement automobile renvoie sur ce point aux conditions d'exemption prévue par le règlement 2022/720. L'article 4, point (a) soumet la requalification d'un prix maximal ou conseillé à « *des pressions exercées ou [des] incitations offertes par l'une des parties* ». De même, les lignes directrices verticales (paragraphe 185 et s.) indiquent que les prix condamnés dans le cadre de restrictions verticales sont des prix imposés. Elles précisent également que « *en tant que tels, la surveillance des prix et la communication des prix ne sont pas des pratiques de prix imposés* » (para. 191). La pratique décisionnelle française conduit donc à interdire des pratiques autorisées par le droit européen, ce qui est contraire au principe de primauté du droit de l'Union. Vous trouverez des éléments complémentaires sur ces contradictions avec le droit européen dans notre article joint au présent questionnaire.

Outre le fait qu'elle s'écarte du cadre fixé par le droit européen, cette approche met en péril la légitimité des pratiques largement répandues dans le secteur automobile. La fixation de prix maximums ou la communication de prix conseillés constitue en effet un usage courant, qui bénéficie directement au consommateur final. À titre d'exemple, l'encadrement des prix des pièces de rechange permet de limiter le phénomène de double marge et d'éviter que le client, souvent en position de vulnérabilité vis-à-vis du réparateur, ne se voie facturer un prix excessif. Plus largement, ces pratiques s'inscrivent dans une logique de lutte contre l'inflation et demeurent économiquement justifiées.

Par ailleurs, il est essentiel de préserver la possibilité pour les clients grands comptes de négocier directement les conditions tarifaires avec les fournisseurs, tout en continuant à s'appuyer sur le réseau du constructeur pour la distribution et la livraison. Ce modèle, fréquemment observé dans le secteur automobile, comme dans de nombreux secteurs partout dans le monde, répond à des impératifs économiques réels. Il est légitime que les constructeurs accordent des remises quantitatives reflétant les volumes d'achat à leurs clients grands comptes. Ce mécanisme de négociation doit donc être sauvegardé. De même, les constructeurs doivent pouvoir s'assurer que les remises consenties à leur réseau, destinées à refléter les conditions tarifaires négociées en amont avec les clients grands comptes, ne font pas l'objet de détournements de la part des distributeurs.

Le cabinet invite en conséquence la Commission à intervenir auprès de l'Autorité de la concurrence française afin de faire cesser les dérives constatées dans l'appréciation des pratiques de prix de vente maximums ou conseillés. Elle appelle également la Commission, le cas échéant, à intervenir en qualité d'*amicus curiae* devant la Cour d'appel de Paris, afin de mettre fin aux écarts persistants entre la pratique décisionnelle de l'Autorité française et les principes du droit européen.

Le cabinet invite également la Commission à apporter des clarifications au sein du REC « secteur automobile » et de ses lignes directrices complémentaires concernant la notion de « contrats d'exécution », concept encore peu éprouvé, dont les critères d'application demeurent incertains, ce qui limite les possibilités de mise en œuvre de ce concept par les opérateurs.

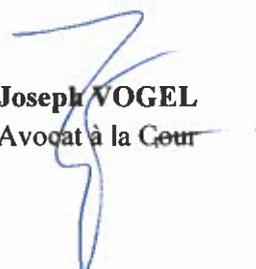
Un assouplissement des conditions d'application de ces contrats serait également opportun, afin de mieux refléter les réalités économiques du marché. Il conviendrait notamment de permettre aux

fournisseurs de confier l'exécution d'un contrat conclu avec un client à plusieurs distributeurs. En pratique, il est particulièrement contraignant pour un fournisseur de ne pouvoir s'appuyer que sur un seul distributeur, généralement local, alors que le client concerné dispose, quant à lui, d'une implantation ou d'une activité à l'échelle nationale.

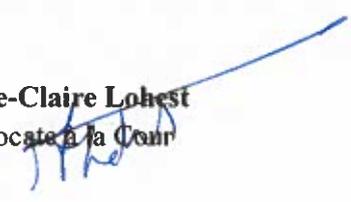
Le sort réservé aux obligations de non-concurrence et de monomarchisme devrait être reconsidéré en ce qu'il ne prend pas suffisamment en compte les risques de parasitisme des investissements. Plusieurs constructeurs constatent que les développements et investissements réalisés par leurs distributeurs multimarques sont utilisés pour promouvoir les autres marques représentées dans les concessions. Il serait pertinent de prévoir des mesures de protection des investissements afin qu'ils ne bénéficient pas à des marques concurrentes.

Le cabinet Vogel & Vogel reste naturellement à la disposition de la Commission pour échanger sur ce qui précède et pour apporter toute précision complémentaire.

Nous vous prions d'agréer, Cher Monsieur, Chère Madame, l'assurance de nos salutations distinguées.



Joseph VOGEL
Avocat à la Cour



Anne-Claire Lohest
Avocate à la Cour