

# Résumé exécutif (français)

*Les constructeurs / importateurs doivent-ils accorder aux garagistes l'accès au réseau d'ateliers si ces derniers satisfont aux normes imposées ? Ou les constructeurs / importateurs sont-ils libres dans le choix des ateliers sous contrat ? La « définition du marché » joue un rôle central pour répondre à cette question dans le cadre du droit des cartels : s'il existe un marché de l'après-vente spécifique à la marque, le constructeur / l'importateur occupe une position de domination du marché vis-à-vis du garagiste et ne peut pas lui refuser les prestations d'après-vente sans motif. Avec une étude empirique, la ZHAW soutient l'avis des autorités de la concurrence suisses et européennes et les tribunaux allemands qui estiment qu'on a les « marchés spots » séparés suivants dans la branche automobile : « vente » (commerce), « après-vente » (maintenance et garantie) et « pièces détachées ». Aucun élément empirique ne vient étayer la position divergente de certains tribunaux civils suisses qui partent du principe d'un « marché-système » où la vente, l'après-vente et le commerce de pièces détachées sont des éléments indissociables d'un marché global.*

**Évaluation des contrats de concessionnaire et d'atelier du point de vue du droit des cartels : constatations empiriques actuelles.** En sa qualité d'institution de recherche de premier plan dans le domaine « Droit et économie de la concurrence », la ZHAW a prouvé empiriquement les constatations suivantes concernant la branche automobile au cours de ces dix dernières années :

- **L'effet favorable à la concurrence de la Comauto.** Il a été prouvé que la Comauto de la Commission de la concurrence (COMCO) avait favorisé la concurrence dans la branche automobile suisse :
  - Il est ressorti de l'étude de l'évolution des prix dans la branche automobile (analyse de 2015) que la Comauto avait entraîné un gain de prospérité maximal de CHF 319 millions.
  - L'introduction de la Comauto a provoqué un renforcement de la concurrence entre les revendeurs. La part de la distribution multimarques s'est stabilisée à un niveau approximatif de 35 %. Dans ce contexte, les entreprises multimarques agissent plus efficacement que les entreprises ne distribuant qu'une seule marque (analyse de 2013).
- **La dépendance des garagistes.** La structure du marché favorise une dépendance des concessionnaires et ateliers par rapport aux constructeurs / importateurs qui est pertinente en termes de droit des cartels. C'est ce que montrent les contrats de concessionnaire et d'atelier qui sont conçus unilatéralement dans l'intérêt prépondérant des importateurs. Ces contrats

présentent des clauses pouvant représenter un abus d'un pouvoir de marché au sens de l'art. 7 LCart (analyse de 2015).

- **Clauses relatives aux données des clients problématiques en termes de droit des cartels au détriment des garagistes.** Les clauses relatives aux « données des clients » contenues dans les contrats conclus entre les concessionnaires / ateliers et les importateurs peuvent s'avérer des accords (art. 5 LCart) et des pratiques illicites d'entreprises ayant une position dominante (art. 7 LCart) et justifier le droit du concessionnaire ou de l'atelier au paiement de compensations significatives (analyse de 2016).
- **Protection insuffisante des investissements des concessionnaires et ateliers automobiles.** Du fait des prescriptions des importateurs (normes, directives), les concessionnaires et ateliers automobiles doivent effectuer régulièrement des investissements qui ne sont en règle générale pas suffisamment protégés par les contrats existants. Par conséquent, les prescriptions des importateurs pourraient être qualifiées de « conditions commerciales inéquitables » (art. 7 al. 2 let. c LCart) (analyse de 2017).

**Importance d'un marché « après-vente » indépendant sur le plan du droit des cartels.** S'il existe un marché de l'après-vente spécifique à la marque, le constructeur / l'importateur occupe une position de domination du marché vis-à-vis du garagiste (art. 4 al. 2 LCart) et ne peut pas lui refuser les prestations d'après-vente sans motif (art. 7 LCart). Cette approche présuppose des marchés spots, à savoir différents marchés (vente, après-vente, pièces détachées), dans la branche automobile. A contrario partir du principe qu'on a un « marché-système » global ne laisse aucune place pour une évaluation séparée du marché de l'après-vente.

- Dans un marché-système, la fabrication et la distribution d'un produit (dans la branche automobile : le véhicule) et toutes les prestations en amont et en aval (dans la branche automobile : après-vente et pièces détachées) sont des éléments complémentaires d'un seul et même ensemble de services pour l'autre Partie.
- Dans le cas d'un marché spot, on a le marché automobile (vente), les marchés (spécifiques aux marques) des prestations d'atelier (après-vente) et les autres biens complémentaires autour des marchés autonomes. Les décisions sont prises séparément pour toutes les prestations.

**Examen empirique et juridique : comparaison des marchés spots et du marché-système.** La présente analyse étudie (i) la pratique des autorités et tribunaux (« Conditions-cadres juridiques ») et (ii) les examine par une étude empirique et économique à vaste échelle reposant sur deux enquêtes réalisées auprès de garagistes (concessionnaires et garagistes indépendants) et de consommateurs (« Conditions-cadres économiques »). Les résultats montrent clairement qu'on a une présomption contre un marché-système. En cas de réfutation de la présomption, le fardeau de la preuve incombe à la Partie qui conteste (art. 8 Code civil).

- **1. Constatation juridique : des marchés spots comme jurisprudence constante de l'UE.** (i) La législation de l'UE (REC automobile) se base sur une définition étroite du marché avec des marchés « vente », « après-vente » et « pièces détachées » séparés. (ii) Les autorités de la concurrence de l'UE partent également du principe que l'on a des marchés étroits. Les marchés de l'après-vente sont par ailleurs encore subdivisés par exemple en marchés spécifiques aux marques. (iii) Conformément aux autorités, les tribunaux de l'UE se basent sur l'hypothèse qu'on est en présence de marchés étroits et présupposent sans équivoque qu'on a un marché séparé pour les prestations d'atelier.
- **2. Constatation juridique : des marchés spots comme jurisprudence constante de la COMCO.** (i) La Comauto spécifique à la branche (2015) repose sur des marchés étroits, au sens de séparés, pour « vente », « après-vente » et « pièces détachées ». (ii) Dans sa jurisprudence récente, la Commission de la concurrence suisse COMCO confirme également l'existence de marchés étroits et notamment d'un marché de l'après-vente spécifique aux marques.
- **3. Constatation juridique : une jurisprudence confuse au niveau des tribunaux suisses.** La jurisprudence des tribunaux est hétérogène. Les tribunaux cantonaux semblent vouloir suivre en partie la COMCO tandis que d'autres partent du principe d'un marché-système. On ne trouve par ailleurs pas de renvois à des bases décisionnelles empiriques et économiques dans la jurisprudence divergente des tribunaux.
- **1. Constatation économique : pas d'indication empirique d'un marché-système.** (i) Il ressort des enquêtes réalisées auprès des garagistes et des consommateurs qu'on a différents modèles de préférences pour les mêmes produits entraînant par conséquent différentes prises de décisions. (ii) Face à des modèles de préférences différents, les tribunaux suisses doivent rejeter un marché-système (art. 8 Code civil).
- **2. Constatation économique : indications empiriques d'un marché de l'après-vente spécifique aux marques.** Les marchés des prestations de garantie et des pièces détachées peuvent être définis comme des « marchés de marque » car (i) il n'existe pas de biens substituables pour l'ensemble des marques pour les prestations de garantie et (ii) car la consommation des prestations de garantie représente une décision du consommateur séparée de l'achat du véhicule.