

communiqué de presse

Bruxelles, 04/04/2022

Les contrats d'agence non authentiques sont potentiellement une pratique anticoncurrentielle

De nombreux constructeurs automobiles se tournent vers des modèles de vente en agence, ceci pour combiner les atouts de leur vaste réseau de concessionnaires indépendants avec les avantages de processus de vente plus étroitement gérés et d'un accès direct aux clients.

En théorie, les fabricants sont libres de décider du modèle de distribution à déployer, cependant, ils doivent respecter et se conformer aux obligations contractuelles de ce modèle de distribution particulier mis en place. En d'autres termes, ils ne sont pas autorisés à combiner différents modèles et à tirer parti de chaque système particulier.

Le CECRA constate une tendance chez les fabricants à opter pour un modèle d'agence. Ce modèle d'agent consiste à nommer un « agent commercial », qui agit au nom et pour le compte d'un fabricant appelé le « mandant ». Le rôle du mandataire consiste essentiellement à prendre les commandes des clients et à les transmettre au fabricant qui livre ensuite directement les clients au prix fixé par le donneur d'ordre. Tous les risques financiers et investissements sont supportés par le « donneur d'ordre » (fabricant).

Ce modèle est également qualifié de véritable contrat d'agence. Appelées authentiques parce qu'elles ne relèvent pas du champ d'application de la législation sur la concurrence qui est conçue pour réglementer les conduites commerciales de parties indépendantes. Un agent "authentique" n'est pas indépendant du fabricant

Si les responsabilités de l'agent vont au-delà d'un risque financier et d'investissement « insignifiant » (également connu sous le nom de contrat d'agence « non authentique »), le poste exempté de la législation sur la concurrence sera perdu. Par conséquent, dans le cadre d'un tel contrat d'agence "non authentique", le fabricant n'est pas autorisé à fixer le prix du client final. À cet égard, l'agence non authentique ressemble beaucoup à un modèle de distribution, dans lequel les risques financiers et les investissements étaient dans une large mesure supportés par les concessionnaires et les concessionnaires étaient fondamentalement libres de fixer les prix finaux pour le client final.

Le CECRA met en garde les fabricants, ils doivent en être pleinement conscients et prendre en compte tous les aspects et obligations qu'implique un contrat d'agent. Même si, comme dit, il y a des règles strictes à respecter, on voit certains constructeurs faire preuve d'imagination et un certain nombre de scénarios se dessinent.

Nous sommes informés que certains fabricants essaient de jouer à un "jeu de sélection". Certains constructeurs ont "proposé" à leurs revendeurs actuels de passer à des contrats d'agent non authentiques, dans le cadre desquels les anciens revendeurs devraient continuer à supporter des investissements et des risques importants, et le prix final ne serait pas entièrement fixé (par exemple, laisser le prix final à le client fluctuant de quelques dizaines d'euros, ceci étant l'éventuel abandon de commission de l'agent au client final). Ce montant serait évidemment dérisoire et ne

permettrait certainement pas de considérer que le constructeur ne maîtrise pas le prix de vente au client final et peut donc se dispenser d'assumer les coûts et risques commerciaux et financiers.

En l'absence d'une possibilité effective pour les "agents" de céder une partie significative de leur commission, il existe un risque que les autorités de la concurrence considèrent qu'il existe de facto une situation de prix de revente imposé, qui est une clause noire dans le règlement actuel d'exemption par catégorie et le restera également dans le futur projet de règlement. La Commission européenne est bien informée de ces pratiques et les suit de près.

Le CECRA considère donc que d'un point de vue juridique, ce système de "faux" contrats d'agent ne tient pas la route et présente des risques sérieux tant pour les industriels qui souhaiteraient s'engager dans cette voie que - même si dans une moindre mesure - pour les distributeurs qui signent des "faux" contrats d'agents qui pourraient ainsi devenir (contre leur gré puisque les distributeurs auraient été contraints de signer ces contrats sous peine de rupture de leur relation avec l'enseigne concernée !) acteurs d'une pratique anticoncurrentielle et donc potentiellement exposés à des amendes !

Sur le plan économique, les industriels ne doivent pas « proposer » de contrats à leurs partenaires s'ils savent que le modèle économique proposé n'est pas viable. Le CECRA n'est pas en soi opposé à l'utilisation de véritables contrats d'agent qui peuvent avoir des éléments positifs aussi bien pour les constructeurs que pour les revendeurs actuels mais : "Quel que soit le modèle de distribution que les constructeurs déploieront, un aspect fondamental est que, qu'il s'agisse d'un distributeur ou d'un agent, ils ont besoin un business model économiquement viable, sinon l'avenir de la distribution, de la réparation et de l'entretien des voitures sera bouleversé ».