

RAPPORT D'ÉVALUATION DE LA COMMISSION SUR L'APPLICATION DU RÈGLEMENT (CE) N° 1400/2002 CONCERNANT LA DISTRIBUTION AUTOMOBILE ET LES SERVICES APRES-VENTE DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE

Bruxelles, 30 juillet 2008

**Observations du Groupement des Distributeurs et Agents de Marques Automobiles
asbl (GDA) membre de FEDERAUTO**

Présentation du Groupement



Groupement des Distributeurs et Agents de Marques automobiles
a.s.b.l. (GDA en abrégé)
Bernard Lycke
Secrétaire Général
Av. J. Bordet 164
B-1140 Bruxelles
Tél.: 02-778.62.00 - Fax: 02-778.62.24
Bernard.lycke@federauto.be

<http://www.federauto.be/Federauto/FR/Accueil/Auto/Groupement+des+Distributeurs+et+Agents+de+Marques/page.aspx/1044>

L'a.s.b.l. Groupement des Distributeurs et Agents de Marques Automobiles, GDA en abrégé, a été créée en 1994. GDA est la seule organisation de professionnels qui regroupe les entreprises dont l'activité principale est, dans le cadre d'une relation contractuelle avec un importateur, la distribution et/ou la réparation de véhicules (voitures, utilitaires, utilitaires lourds). Par la rencontre et la discussion, GDA se profile comme leur unique porte-parole, aussi bien pour les instances nationales et internationales que pour les partenaires commerciaux, les importateurs, les entreprises de leasing et de location, les compagnies d'assurances et les associations de consommateurs. GDA est membre de FEDERAUTO, la Confédération belge du Commerce et de la Réparation Automobiles et des Secteurs connexes.

Le Groupement est membre du **Comité Européen du Commerce et de la Réparation Automobiles** (CECRA) dont le siège se trouve à Bruxelles. Il participe activement aux activités des « Car and Industrial vehicle divisions » et du « Legal/Taxation Working Group » ainsi qu'à d'autres groupes de travail et commissions.

Remarques générales

1. Procédure suivie

GDA désire remercier la Commission européenne d'avoir organisé cette large consultation sur le règlement d'exemption par catégorie 1400/2002 et d'avoir contacté l'association européenne du

CECRA et ses membres pour solliciter leur collaboration. GDA a pris connaissance du rapport publié par la Commission et introduit ses remarques dans le délai requis du 31 juillet 2008.

GDA regrette à ce stade que la consultation organisée par la Commission ne laisse qu'un délai très court (deux mois dont un mois en période de vacances) pour formuler des remarques sur le rapport de la Commission et les quatre annexes techniques. Il craint donc que ceci ne permette pas à l'ensemble des stakeholders consultés par la Commission de formuler des propositions complètes basées sur des données ou informations qu'il n'aura pas été possible de recueillir dans un délai aussi court. Le règlement actuel ne prendra fin qu'en mai 2010, ce qui aurait laissé à la Commission la possibilité de donner un délai beaucoup plus large tout en lui permettant de recenser et d'analyser les réponses reçues en temps utile.

2. Données servant de base à l'analyse de la Commission

Par ailleurs, la Commission mentionne en page 2 du rapport avoir lancé une enquête à la mi-2007 (COMP/ HT 1021 ; GDA y a répondu également dans le délai requis) et réfère aux réponses reçues des associations, celles-ci servant de base à son analyse actuelle, ainsi que trois autres rapports –dont le rapport de London Economics - et 'de nombreuses autres sources d'information' sans qu'il soit précisé desquelles il s'agit. Plusieurs groupes de parties prenantes du secteur automobile ont donc l'impression que la Commission, nonobstant certains développements dans les quatre annexes techniques, a décidé d'aller dans une certaine direction sans se baser sur des données scientifiques ou statistiques inattaquables. Ceci est particulièrement visible dans les parties concernant l'évolution du marché et la réalisation des objectifs du règlement. Or, dès la lecture du rapport du bureau London Economics, GDA avait fait part à la Commission (Remarques du Groupement des Distributeurs et Agents de Marques G.D.A. asbl membre de FEDERAUTO concernant le rapport final de London Economics sur «L'évolution des marchés de la Distribution et de l'après-vente de l'automobile sous l'effet du règlement 1400/2002» en date du 27 octobre 2006) de certaines lacunes dans le rapport London Economics ainsi que de certaines prises de position incorrectes à nos yeux. Ceci n'a malheureusement pas été pris en considération par la Commission qui n'a pas non plus jugé opportun de réagir de façon détaillée par rapport à ce rapport (voir remarque n° 4 à la page 2 du rapport d'évaluation de la Commission).

3. Situation du marché

A plusieurs endroits, la Commission se borne à renvoyer à des 'indicateurs économiques utiles' ou à 'de nombreux éléments' pour étayer sa thèse suivant laquelle un degré de concurrence suffisant sur les marchés en cause justifierait à présent un revirement complet de la Commission par rapport au passé. Or, si nous pouvons partager avec la Commission le constat que la concurrence s'est améliorée entre 2002 et aujourd'hui, il est pour nous tout aussi évident que ceci est dû en grande partie au règlement lui-même et non, comme le dit la Commission, principalement à des 'facteurs externes' (cfr page 13 du rapport).

Tout ceci est extrêmement préoccupant pour l'ensemble des secteurs concernés par le règlement actuel dans la mesure où la décision de la Commission aura des effets considérables tant pour les consommateurs que les professionnels en Europe qui risquent de qualifier le travail final de 'bâclé'.

4. Référence au règlement général 2790/1999

L'axe général du rapport d'évaluation est de démontrer que les restrictions caractérisées ou conditions d'exemption spécifiques au règlement 1400/2002 ne sont pas, ou en tout cas plus, nécessaires au bon fonctionnement de la concurrence dans le secteur automobile, qui pourrait être garanti par l'application de l'actuel règlement 2790/99. Or à notre connaissance aucune consultation n'est organisée à ce sujet et rien n'indique donc dans quelle direction la

Commission souhaite aller concernant ce règlement général dont on sait qu'il prendra fin au même moment que le règlement 1400/2002. Il nous semble donc prématuré et incorrect d'y renvoyer à ce stade.

Réalisation des objectifs du règlement

1. Multimarquisme

GDA s'insurge contre l'affirmation de la Commission suivant laquelle 'il est évident que les concessionnaires n'ont pas saisi les possibilités accrues offertes par l'article 1^{er}, paragraphe 1, point b) et l'article 5, paragraphe 1, point a) du REC en ce qui concerne la vente de marques de constructeurs concurrents à l'intérieur d'une même salle d'exposition' (page 5 du rapport). Pour la Belgique, GDA a mené une étude en 2007 sur un échantillon de 842 du total des 2.000 membres représentés. Celle-ci indique que +/- 27% d'entre eux pratiquaient l'année dernière le multimarquisme (18,4% sont 'bi-marques', 6,5% 'tri-marques' et 1,8% représente plus de 3 marques). Bien entendu, ils ne le font pas tous dans le même showroom même si les économies d'échelle, le choix plus important offert au consommateur et la diminution de la dépendance à l'égard d'une marque, ont petit à petit amené plusieurs de nos membres à faire ce choix. Rappelons également que les investissements nécessités par le multimarquisme sont considérables et que ce type de décision ne peut se prendre à la va-vite. La décision d'ajouter une ou plusieurs marque(s) à son portefeuille et la façon dont un concessionnaire organise son entreprise afin d'accommoder ces changements dépend des évaluations personnelles de l'entrepreneur qui se basent sur de nombreux facteurs dont : la capacité en tant qu'entrepreneur, la disponibilité de place dans le showroom, la possibilité de disposer de capitaux suffisants, les évaluations commerciales à l'égard des produits déjà distribués, etc. Il n'est donc en soi pas anormal que ces évolutions ont mis un peu de temps à se mettre en place ; rappelons toutefois que le règlement n'est pleinement d'application que depuis le 1^{er} octobre 2005 (pour la suppression de la clause de localisation) ou 2003 (pour les autres clauses).

En ce qui concerne le multimarquisme, le règlement 1400/2002 prévoit en son article 5 c) que : « En ce qui concerne la vente de véhicules automobiles neufs, de services de réparation et d'entretien ou de pièces de rechange, l'exemption ne s'applique à aucune des obligations suivantes contenues dans des accords verticaux : [...]

c) toute obligation directe ou indirecte empêchant les membres d'un système de distribution de vendre des véhicules automobiles ou des pièces de rechange de fournisseurs concurrents déterminés ou de fournir des services de réparation et d'entretien pour les véhicules automobiles de fournisseurs concurrents déterminés ».

L'objectif poursuivi par le législateur européen est clairement la promotion du multimarquisme. Les seules exigences restreignant ce multimarquisme et qui peuvent être imposées par le fournisseur sont clairement et « limitativement » énumérées par le Règlement. A notre sens, et de façon générale, le Règlement 1400/2002 énonce donc un certain nombre de comportements des concessionnaires que le fournisseur ne peut interdire –dont le multimarquisme-. Lorsque le fournisseur, au lieu des les interdire, cherche à les empêcher ou à les différer sans raison légitime, cela revient également à une restriction indirecte grave de la concurrence et signifie que l'accord ne bénéficie plus de l'exemption.

Le Règlement prévoit en effet au point 5.3.2. que « la seule restriction qu'il (le fournisseur = la marque) peut imposer est l'obligation pour le concessionnaire d'exposer les modèles des autres fournisseurs dans des zones séparées de la même salle d'exposition ». Plus loin, le

texte prévoit cependant que 'Le fournisseur peut imposer à ses concessionnaires tous les critères de qualité qu'il impose aux concessionnaires monomarque, y compris ceux qui concernent la décoration de la salle d'exposition et la formation des vendeurs. Toutefois, si la salle d'exposition du concessionnaire n'est pas assez grande pour permettre d'exposer la gamme complète des modèles ou utiliser tous les éléments de décoration que le concessionnaire monomarque doit normalement mettre en place, le fournisseur est tenu de modérer ses exigences en matière de surface d'exposition nécessaire, afin de permettre au concessionnaire de présenter aussi les modèles de l'autre constructeur dans la salle d'exposition dont il dispose. Quant à savoir si ces conditions sont remplies dans un cas d'espèce, il s'agit d'une question de fait. Les contrats doivent prévoir que les parties ont le droit de recourir à un expert indépendant, à un arbitre ou à une juridiction nationale en cas de litige sur ce point ».

D'autres points aussi essentiels que ceux énumérés ci-dessous n'ont été précisés par la Commission qu'en mars 2006 (Mémo /06/120), soit il y a seulement deux ans, dans les dossiers GM et BMW :

- tous les équipements, à l'exception de la partie de la salle d'exposition consacrée à la vente des véhicules de chaque marque, sont conjoints (réception, espace clients, locaux administratifs, etc...)
- systèmes de gestion et infrastructures informatiques génériques multimarques, y compris pour la comptabilité
- objectifs de vente non restrictifs pour les concessionnaires multimarques (impossibilité de sanctionner un distributeur multimarque en raison de la non réalisation d'un niveau de performance qui se réfère à la performance moyenne du réseau majoritairement composée de distributeurs monomarque)
- le reporting ne comprend pas la divulgation d'informations confidentielles concernant les autres marques.

En conclusion, il est donc tout simplement impensable et irréaliste de prétendre deux ans plus tard qu'un niveau équivalent de protection de la concurrence sur le marché aurait pu être assuré par le règlement 2790/1999. Sans préjuger de ce que pourrait prévoir son successeur, celui-ci tolère en effet en son article 5.a) les obligations directes ou indirectes de non concurrence si leur durée est limitée à cinq ans, et définit en son article 1.b) l'obligation de non concurrence comme celle imposant à l'acheteur de s'approvisionner à concurrence de 80 % en produits d'un même fournisseur, au lieu de 30 % en vertu de l'article 1.b) du règlement 1400/2002.

Une application des dispositions du règlement général au secteur automobile permettrait donc aux constructeurs d'imposer à leurs distributeurs de revenir au principe du monomarquisme. Ceci n'est pas acceptable car constitue un revirement complet de la Commission par rapport à une possibilité offerte aux concessionnaires qu'elle avait elle-même encouragée. Que feraient dans ce cas les concessionnaires qui ont investi des sommes considérables dans des showrooms multimarques ? Quid des amortissements ? Quid de l'affectation des showrooms par après si les constructeurs devaient imposer le retour au monomarquisme ? Un revirement de la Commission à ce sujet serait un très mauvais signal à l'ensemble des PME en Europe et ne constituerait pas un principe de bonne gestion permettant à des PME d'investir en connaissance de cause. Le multimarquisme est favorable aux consommateurs (plus de choix le cas échéant dans un seul showroom) et profite également à des constructeurs qui souhaitent s'implanter rapidement dans un pays via un réseau existant. Des marques comme Kia, Hyundai et Chevrolet ont ainsi pu s'établir sur le marché belge essentiellement en tant que deuxième ou troisième marque dans des showrooms existants.

Il convient d'ajouter que la limitation à cinq ans de l'obligation de non concurrence dans le cadre du règlement général ne constitue en aucun cas une protection suffisante. Au bout de cinq ans de monarquisme, il sera quasiment obligatoire d'accepter une nouvelle obligation de non concurrence de cinq ans puisque la majorité des contrats proposés dans les secteurs couverts par le règlement général sont d'une durée inférieure à cinq ans et que le renouvellement de l'engagement de non concurrence conditionne donc le renouvellement du contrat, imposant par conséquent la perpétuation d'une activité monomarque.

2. La non exploitation par les concessionnaires des opportunités offertes par le règlement 1400/2002 pour développer de nouveaux formats de vente (propres à stimuler la concurrence intra marque)

Selon la Commission, le maintien des dispositions du règlement 1400/2002 ouvrant aux distributeurs des opportunités de développer de nouveaux formats de vente (ouverture de points de vente ou de points de livraison supplémentaires sans contrôle de leur localisation par le fournisseur ; possibilité de se concentrer sur une activité de vente seule sans après-vente) ne se justifie pas puisque les distributeurs ne les ont pas utilisées.

Il est exact que peu de **points de vente supplémentaires** ont été ouverts via le mécanisme de l'article 5, paragraphe 2, point b) du règlement. Le constat est correct mais il faut peut-être s'interroger sur les raisons. En premier lieu, cette opportunité peut apparaître irréaliste sur le plan financier (créer une nouvelle implantation le cas échéant dans un autre pays que celui dont est issu le concessionnaire s'avère beaucoup plus aléatoire que reprendre une concession existante) et sur le plan de la logique du règlement lui-même : il existe en effet une contradiction entre le système de distribution sélective quantitative qui repose sur une densité adéquate du réseau permettant des économies d'échelles et une réduction des coûts de transaction, et la possibilité d'ouvrir des points secondaires. Ceci était vraisemblablement la raison pour laquelle la Commission avait reporté au 1er octobre 2005 l'entrée en vigueur de cette seule clause (article 12 du règlement).

Par ailleurs, si les distributeurs n'ont pas **sous-traité les activités d'après-vente** comme le permettait pourtant l'article 4 paragraphe 1 point g) du règlement, c'est à nouveau pour une raison précise, à savoir qu'ils disposaient des deux activités lors de l'entrée en vigueur du règlement (ce n'est donc pas comme si l'on parlait de zéro en choisissant d'effectuer une des deux ou les deux activités) et qu'ils sont obligés de conserver cette activité vu la faible rentabilité de la seule activité de distribution de véhicules neufs. A ce sujet, GDA a déjà transmis les résultats de ses enquêtes rentabilité à la Commission (pour 2006, les concessionnaires en Belgique ont enregistré une rentabilité nette du chiffre d'affaires de 0,8%). GDA considère également qu'il est inacceptable de prétendre que des marges faibles sont en soi normales. Sont tout aussi inacceptables des postulats tels que 'Les marges bénéficiaires aussi bien des constructeurs que des concessionnaires en ce qui concerne les ventes de véhicules neufs se révèlent faibles en moyenne, ce qui exclut qu'un pouvoir de marché puisse être exercé au détriment des consommateurs' ou (La pression concurrentielle exercée sur les concessionnaires) 'est encore renforcée par les ventes directes réalisées par les constructeurs automobiles auprès des sociétés de crédit-bail et autres acheteurs de véhicules de société'.

GDA déplore donc que la Commission n'ait pas jugé opportun de vérifier le principe de la rentabilité autonome de la vente et de l'après-vente qui aurait pu conduire à un examen de la nécessité et de la proportionnalité des critères qualitatifs.

Pour avoir transmis plusieurs dossiers de ses membres à la Commission européenne - malgré le caractère de confidentialité, il est extrêmement difficile pour nos membres d'accepter que leurs dossiers munis des pièces suffisantes soient transmis à la Commission et on peut donc dire que le nombre de cas problématiques traités par GDA est très largement supérieur- GDA peut également affirmer que les concédants modifient et

augmentent régulièrement leurs normes, imposant parfois des critères à propos du bienfondé desquels il est permis de s'interroger. Les principes de nécessité (les critères doivent être en rapport avec la nature des produits en cause) et de proportionnalité (ils ne doivent pas se fonder sur des exigences excessives par rapport au but recherché, à savoir le maintien d'un commerce spécialisé qui puisse assurer la vente dans les meilleures conditions des produits contractuels) qui doivent en principe s'appliquer sont à notre sens souvent oubliés. La mise en conformité avec ces critères nécessite d'importants investissements de la part des concessionnaires. Il en résulte que ceux qui ne peuvent ou ne veulent les suivre sont résiliés avec effet immédiat en application des clauses résolutoires prévues.

Cette pratique permet aux concédants de mettre fin aux contrats des concessionnaires sans respecter les règles relatives à la durée de préavis contenues dans le règlement n°1400/2002 « *afin de renforcer l'indépendance des distributeurs et des réparateurs à l'égard de leurs fournisseurs* », et sans respecter l'obligation d'accorder un préavis « *raisonnable* » au sens de la loi belge du 27 juillet 1961. Les règles établies par ces deux réglementations sont ainsi aisément contournées, ce qui est particulièrement choquant.

Rappelons en effet que d'une part, le règlement prévoit clairement que l'exemption s'applique à condition que l'accord contienne, pour les contrats à durée indéterminée, un délai de préavis d'en principe 2 ans (pouvant être ramené à un an au moins dans certaines hypothèses particulières) et que d'autre part, la loi de 1961 est considérée comme impérative.

Force est malheureusement de constater que les concessionnaires ne jouissent que de peu de protection à cet égard. Certes, les critères de sélection doivent-ils être « proportionnels » et « raisonnables », certes une modification de ces critères ne peut-elle intervenir que de bonne foi. Mais la différenciation systématique entre les aspects concurrence et les aspects civils et commerciaux par la Commission et le renvoi par celle-ci au droit national, ont placé le concessionnaire dans une position a priori faible et difficilement renversable.

A cet égard, un reproche que GDA avait déjà formulé par rapport au travail effectué par le bureau London Economics, est que ce dernier semble partir du postulat que les deux acteurs du marché, le fournisseur et le distributeur, jouissent de la même force. Or, la lecture des contrats entre parties et la manière dont ces derniers sont conclus – il s'agit de réels contrats d'adhésion- suffit pour indiquer qu'il n'est pas réaliste de mettre en équation des entreprises multinationales et des entreprises qui sont –particulièrement en Belgique- des PME familiales opérant au niveau national voire local. GDA ne comprend dès lors pas comment l'étude pouvait indiquer que « le maintien d'un contrôle étroit des réseaux de concessionnaires par les constructeurs d'automobiles peut s'avérer positif pour les consommateurs finals (London Economics, « *Developments in car retailing and after-sales markets under regulation N° 1400/2002* », page 86).

3. Après-vente

Concernant l'après-vente en général, la Commission estime que le REC a été efficace en ce qui concerne la protection de la concurrence entre les réparateurs agréés, leur nombre s'étant accru puisque tous les réparateurs remplissant les critères objectifs applicables dans le cadre de la sélection qualitative, peuvent rejoindre le réseau. Le rapport d'évaluation précise cependant que même en l'absence des conditions d'exemption spécifiques mentionnées à l'article 4.1. du règlement, il serait possible de lutter de façon appropriée contre tout risque sérieux de verrouillage du marché.

Si des clauses telles que l'article 4.1 k) (qui exige que les distributeurs vendent et utilisent des pièces d'origine et de qualité équivalente) et 4.1.l) (qui interdit les restrictions liées à la

possibilité pour un fabricant d'apposer sa marque et son logo sur les pièces qu'il produit) devaient être supprimées, il est à craindre que, combinée avec la suppression de l'article 1.b) limitant à 30 % de leurs achats l'obligation de non concurrence qui peut être imposée aux membres d'un réseau de marque - alors que cet article s'applique aussi bien à la vente des véhicules neufs, qu'à celle des pièces de rechange - la captivité des réseaux dans leur approvisionnement en pièces de rechange à l'égard des constructeurs s'en verrait renforcée.

4. Indépendance des concessionnaires

Suivant la Commission, l'indépendance des concessionnaires à l'égard de leurs fournisseurs n'était pas un objectif du REC en tant que tel mais sa défense a été considérée comme une mesure d'accompagnement visant à encourager les comportements proconcurrentiels.

A nouveau, on ne peut que déplorer une rupture par rapport au passé puisque cet objectif figurait bien comme tel dans les règlements 123/85 et 1475/95. Depuis plus de vingt ans maintenant, la DG Concurrence a estimé qu'au vu du déséquilibre entre distributeurs et constructeurs (cfr supra au point 2), les distributeurs nécessitaient davantage de protection et une analyse des différents règlements (voir document du CECRA) suffit à montrer cette prise en compte par la Commission dans l'octroi de protections supplémentaires au fur et à mesure de l'adoption des différents règlements.

5. Durée minimale des contrats et préavis (article 3, paragraphe 5)

La Commission se demande si cet article a pu avoir un impact important se basant sur le fait que la plupart des contrats sont conclus à durée indéterminée pouvant être résiliés avec préavis de deux ans, 'ce qui peut difficilement offrir une protection élevée aux investissements spécifiques à une marque consentis par les concessionnaires' sans que ceci ne soit par ailleurs motivé. A nouveau, la Commission rompt par rapport au passé puisque la durée des contrats et des préavis a également été allongée d'un règlement à l'autre.

6. Motivation des préavis (article 3, paragraphe 4)

La Commission se borne à mentionner que son enquête n'a pas permis d'identifier un seul cas dans lequel l'obligation de communiquer les raisons justifiant la décision de résiliation a permis à un juge ou un arbitre de déterminer que le préavis avait en réalité été donné pour sanctionner un comportement proconcurrentiel. Ce raisonnement revient pour ainsi dire à permettre d'enlever tous les panneaux de signalisation le long des routes si le constat peut être fait qu'aucune infraction n'a été constatée sur une certaine période.

Par ailleurs, il serait aux yeux de la Commission peu probable qu'un constructeur réagisse à un comportement proconcurrentiel de son concessionnaire en l'expulsant de son réseau. GDA invite la Commission à se rendre concrètement sur le terrain pour voir le type de dépendance et de pressions que les concessionnaires peuvent subir de la part de leurs constructeurs.

7. Transfert de l'activité (article 3, paragraphe 3)

Le règlement permet la cession des droits et obligations de l'activité d'un distributeur à un autre distributeur à l'intérieur du système de distribution et choisi par l'ancien distributeur. D'après la Commission, cet article avait pour objectif de favoriser l'intégration du marché grâce au développement des concessions transfrontalières. Or son enquête indiquerait que pratiquement toutes les cessions de concessions au sein des réseaux agréés se sont produites à un niveau national, la Commission en concluant que l'objectif fixé n'a dès lors pas été atteint et même que le REC a 'probablement entraîné, au contraire, une concentration des concessionnaires dans certaines zones locales, ce qui pourrait créer à l'avenir des problèmes pour les autorités de concurrence nationales'.

Il ne serait pas correct de supprimer cette clause car il paraît utopique de croire que la majorité des concessions étant constituée de petites et moyennes entreprises, celles-ci pourraient

développer leurs activités facilement à l'extérieur des frontières dans lesquelles elles sont installées alors même qu'elles n'auraient pas atteint une taille suffisante dans leur propre pays. Comme nous l'avons indiqué plus haut (point 2, possibilité de créer des points de vente supplémentaires), cette clause est donc importante et son maintien parfaitement justifié.

8. Arbitrage et code de bonnes conduites (article 3, paragraphe 6)

La Commission reconnaît l'intérêt de la faculté de recourir à un arbitre ou à un tiers indépendant compte tenu de l'effet dissuasif de ce mécanisme, de sa rapidité et de sa flexibilité.

Par contre, la Commission signale en passant que 'même en l'absence de l'article 3 paragraphe 6, du REC, il peut se révéler avantageux pour l'ensemble des parties de se mettre d'accord sur un code de bonnes pratiques facultatif définissant une procédure d'arbitrage (...)'. On rappellera si besoin en est que l'efficacité de ce genre de code dépend de la bonne volonté des parties et que la protection qui serait offerte par ce type de solution ne peut en aucun cas être comparée à celle d'un règlement en bonne et due forme. Par ailleurs, un code de ce type doit être négocié entre les parties et non imposé par l'une à l'autre. Les clauses y figurant devraient à tout le moins reprendre l'ensemble des dispositions protectrices et non se limiter à deux clauses particulières comme la Commission le suggère. En résumé, aucune association de concessionnaires ne peut croire que la Commission a pu proposer ce code comme seule alternative aux dispositions actuelles de l'article 3.

Conclusion

En conclusion, GDA estime que la Commission doit revoir sérieusement les pistes provisoires dégagées dans son rapport si elle ne veut pas mettre à mal le secteur de la distribution et de la réparation automobiles, à la fois pour les consommateurs et pour les milliers de PME actives en Belgique et en Europe. Celles-ci constituent en effet la base de la consultation publique 'Small Business Act' européen et il faudra donc que la Commission veille, à côté des aspects de concurrence, à ce que l'Europe puisse instaurer le cadre nécessaire à la création et au maintien de ces petites et moyennes entreprises génératrices de milliers d'emplois.

Aux yeux des représentants des concessionnaires, un cadre clair et compréhensible pour ces milliers d'entreprises est donc essentiel et celui-ci ne peut à l'heure actuelle et après 2010 être garanti que par des règles normatives précises et non via un cadre général ne tenant aucunement compte de toutes les spécificités de la distribution et de la réparation automobiles. La distinction opérée entre les questions relevant purement de la concurrence et celles purement de nature contractuelle et commerciale est souvent arbitraire. Il est donc nécessaire de tenir compte également du contexte commercial et contractuel pour garantir le plein effet d'une politique de concurrence digne de ce nom.