



**Décision n° 06-D-11 du 16 mai 2006  
relative à une saisine de la société Turbo Europe**

Le Conseil de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre enregistrée le 12 août 2005, sous le numéro 05/0065 F, par laquelle la société Turbo Europe a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en œuvre par les sociétés Renault SAS, Automobiles Peugeot SA et Automobiles Citroën SA ;

Vu les articles 81 et 82 du traité instituant la Communauté européenne ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence et le décret 2002-689 du 30 avril 2002, modifié, fixant les conditions de son application ;

Vu les observations présentées par la société Turbo Europe et par le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

La rapporteure, le rapporteur général adjoint, le commissaire du Gouvernement et la société Turbo Europe entendus lors de la séance du 11 avril 2006 ;

Adopte la décision suivante :

## Constatations

### A. LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION AUTOMOBILE EN FRANCE

1. La présente affaire concerne la distribution de véhicules automobiles particuliers neufs en France.
2. Un peu plus de deux millions de ces véhicules ont été immatriculés en France en 2005, dont 56 % sont de marques françaises. La commercialisation s'effectue principalement par deux canaux liés aux constructeurs. D'une part, le réseau primaire, composé des concessionnaires ayant conclu des contrats de distribution avec les constructeurs, ainsi que des succursales ou filiales de ces derniers. D'autre part, le réseau secondaire, constitué des agents de marque, mandataires des concessionnaires. Ainsi, le réseau primaire de Renault comptait, en 2003, 670 concessions et 65 succursales alors que son réseau secondaire comprenait 4 846 agents, dont 106 seulement habilités à la vente de véhicules. Les réseaux primaires de Peugeot et de Citroën comptaient respectivement 437 et 400 unités de vente.
3. Des ventes hors réseaux interviennent également dans la distribution automobile, soit par l'intermédiaire de mandataires achetant directement des véhicules pour le compte d'utilisateurs finals, soit par des revendeurs. La plupart de ces distributeurs indépendants importent les véhicules neufs de pays européens où les constructeurs pratiquent des tarifs hors taxes plus bas qu'en France afin notamment de compenser une fiscalité locale plus lourde. Les véhicules sont alors achetés auprès de concessionnaires et autres revendeurs locaux.
4. En 2003, les ventes en France de véhicules particuliers neufs, toutes marques confondues, ont été réalisées à hauteur
  - de 24,2 % par les filiales et succursales des constructeurs ;
  - de 40,5 % par les concessionnaires et agents ;
  - de 31,5 % au titre des ventes directes des constructeurs à leurs salariés, aux sociétés qui ont une importante flotte de véhicules et aux loueurs de courte durée nationaux ;
  - de 3,8 % au titre des ventes réalisées par l'intermédiaire des mandataires et revendeurs indépendants des réseaux des constructeurs.

### B. LA SOCIETE TURBO EUROPE

5. Créée le 3 septembre 2003, la SARL Turbo Europe a pour activité le commerce de véhicules automobiles, hors réseaux des constructeurs, et exploite la marque « *Auto-Eclerc* ». Sous cette enseigne, Turbo Europe importe de plusieurs pays européens des véhicules particuliers neufs de différentes marques. Elle revend ensuite ces véhicules à prix discount, de 15 % à 35 % moins chers que le prix catalogue, soit aux utilisateurs finals dans sa centrale d'achat située à Trappes dans les Yvelines (78), soit à des distributeurs du « *réseau Auto-Eclerc* », qui compte 19 plate-formes de vente. En 2005, ce réseau a vendu 4 500 véhicules neufs.

6. En vertu d'un contrat dénommé « *contrat de concession d'enseignes et de services* », les distributeurs Auto-Eclerc doivent, notamment, adhérer « *au concept de la grande distribution et du discount* », disposer d'une structure permettant l'exposition d'au moins 20 véhicules neufs « *prêts à partir* » et avoir la capacité financière de constituer un stock de véhicules, de régler les dépenses d'enseigne et de drapeaux, les droits d'entrée ainsi que les frais mensuels de redevance d'enseigne.
7. Les distributeurs du réseau disposent d'un site extranet sur lequel ils s'informent des véhicules disponibles à la centrale d'achat et commandent en ligne les véhicules qui les intéressent.
8. Turbo Europe exploite également le site Internet « *autoeclerc.com* », qui permet au grand public de prendre connaissance des promotions nationales et de consulter la liste des distributeurs sous enseigne Auto-Eclerc. Aucune vente ne peut être effectuée à distance.

### C. LES PRATIQUES DÉNONCÉES

9. Turbo Europe a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques qu'elle dénonce, mises en œuvre par les constructeurs Renault, Peugeot et Citroën, qui auraient pour objet et pour effet de l'évincer du secteur de la vente de véhicules automobiles neufs.
10. A l'appui de sa saisine, Turbo Europe joint le courrier du 6 juillet 2004 qu'elle a adressé aux sociétés Renault, Peugeot et Citroën afin de recevoir leurs « *meilleures propositions pour la livraison de certains de leurs véhicules* » ainsi que les courriers des trois constructeurs, refusant d'honorer toute commande de véhicules neufs.
11. Dans un courrier du 3 septembre 2004, Renault répond à la demande de Turbo Europe en ces termes :

*« Nous faisons suite à votre courrier du 6 juillet dernier, dans lequel vous nous avez fait part de votre souhait de recevoir nos propositions pour les livraisons de 3 350 véhicules Renault.*

*Il ne nous est pas possible de répondre favorablement à votre demande.*

*En effet, nous vous informons que Renault distribue les véhicules neufs de sa marque par le biais d'un réseau de distribution sélective qualitative et quantitative, et cela en application du nouveau règlement d'exemption automobile européen n°1400/2002.*

*En conséquence, les contrats de concession contiennent une clause d'interdiction de revente hors réseau, celle-ci étant de l'essence même de la distribution sélective.*

*Dans ces conditions, seuls les concessionnaires agréés par Renault peuvent s'approvisionner en véhicules neufs de la marque aux fins de revente.*

*Dans la mesure où votre société n'appartient pas au réseau de concessionnaires Renault, nous ne pouvons accéder à votre demande ».*

12. Les courriers de Citroën et Peugeot, qui appartiennent au groupe PSA, datés respectivement des 12 et 15 juillet 2004, rappellent également à Turbo Europe, dans les mêmes termes, que la distribution des véhicules de ces marques est organisée dans le cadre d'un réseau de distribution sélective :

*« Nous avons bien reçu votre courrier daté du 6 juillet dernier qui a retenu toute notre attention.*

*Nous vous rappelons cependant que nous commercialisons nos véhicules par l'intermédiaire d'un réseau de distributeurs agréés dans le cadre d'un système de distribution sélective qualitative et quantitative, et ce conformément au règlement européen d'exemption catégoriel 1400/2002 ; de ce fait, nous réservons à nos concessionnaires (...) les véhicules destinés à la revente au client final.*

*Nous sommes, par conséquent, au regret de vous annoncer que nous ne sommes pas en mesure d'accéder à votre demande».*

13. Au regard de ces éléments, Turbo Europe reproche à Renault, Peugeot et Citroën un refus de vente qui résulterait d'une entente entre ces sociétés visant à évincer la grande distribution du secteur de la vente de véhicules automobiles et, plus spécialement, à boycotter Turbo Europe.
14. Selon cette dernière, le marché français de la vente de véhicules automobiles neufs présente la particularité d'une concurrence effective faible entre les opérateurs puisque la plupart des constructeurs détiennent des participations juridiques et/ou financières au sein des sociétés des autres groupes automobiles. Elle en conclut qu'il existe une entente puissante sur le marché.
15. Par ailleurs, Turbo Europe soutient que, *« devant [sa] volonté de faire partie du réseau de distributeurs agréés par les constructeurs »*, ces derniers lui ont opposé un refus discriminatoire sans lui préciser la nature des critères de sélection qu'elle ne satisfaisait pas.
16. Enfin, en restreignant l'accès de certains distributeurs au marché de la distribution de véhicules automobiles neufs, les constructeurs contreviendraient, selon Turbo Europe, au règlement (CE) n°1400/2002 de la Commission européenne du 31 juillet 2002, concernant l'application de l'article 81, paragraphe 3, du traité à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées dans le secteur automobile (JO L 203, p.30). En conséquence, elle demande au Conseil de retirer à ces sociétés le bénéfice de l'exemption prévue par ce règlement, en application de ses articles 6, paragraphe 1, et 6, paragraphe 2.

## **II. Discussion**

17. L'article L. 462-8, alinéa 2 du code de commerce énonce que : *« Le Conseil de la concurrence peut (...) rejeter la saisine par décision motivée lorsqu'il estime que les faits invoqués ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants »*.

## A. SUR LES ENTENTES DÉNONCÉES

### 1. EN CE QUI CONCERNE LE BOYCOTT DE LA SOCIÉTÉ TURBO EUROPE

18. La société saisissante estime que le « *comportement strictement identique et parallèle* » de Peugeot, Citroën et Renault, qui refusent toutes trois de lui livrer les véhicules neufs qu'elle sollicite, révèle une entente visant à la boycotter, au motif qu'elle pratique une politique de prix discount. Au soutien de ce moyen, elle invoque, en premier lieu, les courriers qui lui ont été envoyés par les constructeurs à deux mois d'intervalle et rédigés en des termes proches ; en second lieu, la réponse apportée par le groupe PSA en 2001 à un questionnaire du Parlement européen relatif à la distribution automobile et enfin, les liens existant entre les constructeurs tels que les différents accords de coopération conclus entre le groupe PSA et Renault.
19. Mais, dans leurs courriers, afin de justifier leur refus de vendre leurs véhicules à Turbo Europe, les constructeurs invoquent le règlement n° 1400/2002 qui leur permet, à certaines conditions, de commercialiser les véhicules neufs de leur marque par l'intermédiaire d'un réseau de distribution sélective qualitative et quantitative. Dès lors, cet argument juridique est valablement repris, en des termes similaires, par les constructeurs dans leurs courriers respectifs, sans qu'il puisse être inféré de ce parallélisme de comportements une entente anticoncurrentielle. En effet, ainsi que le rappelle la pratique décisionnelle constante du Conseil de la concurrence, le simple parallélisme de comportements ne suffit pas à démontrer une pratique concertée. C'est d'autant plus vrai qu'en l'espèce les constructeurs incriminés n'ont fait qu'exprimer les conséquences des choix d'organisation de la distribution de leurs produits qu'ils ont préalablement faits dans le cadre du règlement n° 1400/2002.
20. De même, l'éventualité d'un accord de volontés de nature anticoncurrentielle entre Peugeot, Citroën et Renault, visant à boycotter Turbo Europe, ne peut être inférée ni de la réponse du groupe PSA à un questionnaire du Parlement européen, se limitant à expliquer en quoi, selon lui, la grande distribution ne serait pas un mode de distribution adapté au produit automobile, ni d'éventuels liens existant entre les constructeurs, comme leurs accords de coopération passés.
21. La saisine ne fait donc pas état d'éléments suffisamment probants pour étayer la possibilité de l'existence de l'entente anticoncurrentielle horizontale qu'elle dénonce.

### 2. EN CE QUI CONCERNE LES ACCORDS VERTICAUX DE DISTRIBUTION SÉLECTIVE

#### *Sur le cadre réglementaire*

22. S'agissant des accords verticaux concernant la commercialisation des véhicules automobiles neufs, la Cour de justice des communautés européennes a rappelé qu' « *en vertu de [l'article 81, paragraphe 1, CE], les accords entre entreprises qui sont susceptibles d'affecter le commerce entre Etats membres et qui ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur du marché commun sont en principe incompatibles avec le marché commun et interdits. Selon le paragraphe 2 de cet article, de tels accords sont nuls de plein droit, sauf si les dispositions du paragraphe 1 ont été déclarées inapplicables par la Commission conformément au paragraphe 3 du même article. Cette décision d'inapplicabilité peut être prise par la Commission (...) par la voie d'un règlement d'exemption pour certaines catégories*

*d'accords (...). Par un tel règlement d'exemption, la Commission établit des conditions dans lesquelles l'interdiction de [l'article 81, paragraphe 1, CE], est inapplicable à un accord qui, pourtant, remplit en lui-même les conditions de cette interdiction* » (voir notamment l'arrêt du 15 février 1996, Nissan France e.a. contre Jean-Luc Dupasquier du garage Spart Auto e.a., C-309/94, Rec.p.I-677, points 10 et 11). En la matière, le règlement n° 1400/2002, prévoit une exemption de l'interdiction énoncée à l'article 81, paragraphe 1, CE dans des conditions limitativement fixées.

### ***Sur le refus d'agrément***

23. Dans sa lettre de saisine du Conseil, Turbo Europe reproche à Peugeot, Citroën et Renault de refuser de lui livrer des véhicules particuliers neufs. Elle soutient également que, « *devant [sa] volonté de faire partie du réseau de distributeurs agréés par les constructeurs, ces derniers ne pouvaient opposer un refus à Turbo Europe que sur la base du non respect par cette dernière des critères objectifs de sélection* ». Or, selon elle, les constructeurs auraient fondé leur refus d'agrément sur « *d'une part, leur position vis à vis de la grande distribution et, d'autre part, l'intérêt du consommateur* », alors que la grande distribution ne serait en aucun cas néfaste pour le consommateur.
24. Mais, le courrier adressé par Turbo Europe aux constructeurs, leur demandant de lui faire parvenir leurs « *meilleures propositions pour les livraisons de [certains de leurs] véhicules* », ne saurait être interprété comme une demande d'agrément. Sur ce point, lors de leur audition du 8 mars 2006, les représentants de Turbo Europe ont confirmé que ce courrier n'avait en aucun cas pour objet de demander le statut de concessionnaire. En l'absence d'une telle demande, un refus discriminatoire ne peut donc être allégué.
25. Il ressort de ce qui précède que les éléments du dossier étaient insuffisamment la probabilité d'une pratique anticoncurrentielle en ce qui concerne les conditions d'accès aux réseaux de distribution des sociétés Peugeot, Citroën et Renault.

### ***Sur la demande de retrait du bénéfice de l'exemption du règlement n°1400/2002***

26. La société saisissante soutient que « *sous couvert de se conformer à la législation européenne, les sociétés Peugeot, Citroën et Renault ont mis en place des accords verticaux qui restreignent la concurrence sur le marché de la vente de véhicules automobiles neufs* » et « *conduisent à restreindre l'accès au marché de certains distributeurs, dont fait partie la société Turbo Europe* ». Elle demande, en conséquence, au Conseil de retirer aux trois sociétés le bénéfice de l'exemption, en application de l'article 6, paragraphes 1 et 2, du règlement n° 1400/2002.
27. Aux termes de ces dispositions, la Commission ainsi que les autorités de concurrence des Etats membres sont en effet habilitées à retirer le bénéfice de l'exemption, dans les cas où des accords ont des effets incompatibles avec l'article 81, paragraphe 3, CE. Ainsi, l'article 6, paragraphe 1, point a), du règlement prévoit le cas où « *l'accès au marché en cause, ou la concurrence sur celui-ci, sont significativement restreints par l'effet cumulatif de réseaux parallèles de restrictions verticales similaires pratiqués par des fournisseurs ou des acheteurs concurrents* ».
28. Mais, il suffit, à cet égard, de constater que l'existence des réseaux de distribution sélective dont Turbo Europe dénonce les effets ne l'empêche pas d'importer des véhicules neufs, dont environ 80 % de marques françaises, en quantité toujours croissante. Les représentants de Turbo Europe, entendus le 8 mars 2006, évoquent à cet égard un chiffre d'affaires en constante augmentation et envisagent, d'ici 2012, un développement sensible du réseau Auto-Eclerc qui passerait de 19 à 80 plate-formes de vente.

29. Ainsi, les éléments versés au dossier sont insuffisants pour envisager que le cumul d'obligations contractuelles similaires par les principaux constructeurs soit à l'origine d'une atteinte significative à l'accès au marché ou à la concurrence. Le Conseil de la concurrence a adopté un raisonnement similaire dans sa décision n° [03-D-42T](#) du 18 août 2003, relative notamment à d'éventuels effets cumulatifs des contrats de distribution de quatre fabricants de motocycles, qui détenaient ensemble près de 70 % du marché.
30. La société saisissante n'apporte dès lors aucun élément de nature à justifier, le cas échéant, un retrait d'exemption à l'égard des sociétés Peugeot, Renault et Citroën.

#### *Sur les éléments nouveaux apportés en séance*

31. Lors de la séance du 11 avril 2006, Turbo Europe a versé aux débats de nouvelles pièces : deux tableaux et deux graphiques relatifs aux « *parts de marché* » de Renault, Peugeot et Citroën « *selon les gammes les plus vendues en 2005* ». En additionnant les parts des marques Peugeot et Citroën, Turbo Europe fait valoir que le groupe PSA détient 47 % dans la « *gamme moyenne supérieure* ». Elle en conclut que PSA ne peut se prévaloir du bénéfice de l'exemption du règlement n° 1400/2002 dont l'article 3 prévoit que pour les accords de distribution sélective quantitative, l'exemption ne s'applique qu'à condition que la part de marché du fournisseur ne dépasse pas 40 %.
32. Cependant, les pièces versées, émanant d'une société de conseil, ne sont pas suffisamment probantes. D'une part, bien que les deux tableaux comportent la mention « *source : CCFA 2005* » (le sigle CCFA est celui du Comité des constructeurs français d'automobiles), la manière dont les documents en cause ont été élaborés est incertaine et Turbo Europe n'a fourni aucune explication circonstanciée à cet égard, notamment sur la composition des « *gammes* » retenues dans les tableaux. D'autre part, ces tableaux ne sont établis qu'à partir des chiffres des « *100 modèles les plus vendus en 2005* ».
33. Les documents apportés en séance ne conduisent, donc, pas non plus à fournir au Conseil des éléments suffisamment probants pour engager utilement une instruction visant à rechercher si, comme l'allègue la société plaignante, le groupe PSA ne peut plus bénéficier pour ses réseaux de distribution Peugeot et Citroën de l'exemption catégorielle prévue par le règlement n° 1400/2002.

#### **B. SUR D'ÉVENTUELS ABUS DE POSITION DOMINANTE**

34. Turbo Europe a soutenu qu'il n'existe pas de concurrence réelle entre les opérateurs du marché français de la vente de véhicules automobiles neufs : « *les sociétés Peugeot, Citroën et Renault détiennent conjointement 58,32 % des parts de marché (chiffres de 2004) [mais elles] représentent directement ou indirectement, grâce aux sociétés avec lesquelles elles sont liées, pratiquement 90% des parts de marché* ». A cet égard, Turbo Europe se réfère aux liens juridiques existant d'une part, entre le groupe PSA et les sociétés Ford ou Toyota, et d'autre part, entre Renault et Nissan, à la joint-venture Signant créée par Ford Motor compagny, PSA et Renault-Nissan dans le secteur de la télématique, ainsi qu'à des accords de coopération conclus entre PSA et Renault en 1971, 1992 et 1996.
35. De tels éléments pourraient être pris en compte pour déterminer s'il existe une position dominante collective entre les sociétés visées par Turbo Europe, préalable nécessaire à l'examen d'éventuels abus de cette position.

36. Mais, pour qu'une position dominante collective existe, il faut que les entreprises concernées aient « *ensemble, notamment en raison des facteurs de corrélation existant entre elles, le pouvoir d'adopter une même ligne d'action sur le marché et d'agir dans une mesure appréciable indépendamment des autres concurrents, de leur clientèle et, finalement, des consommateurs* » (voir par exemple l'arrêt de la Cour de justice des communautés européennes du 31 mars 1998, France e. a./Commission, dit « Kali & Salz », aff. jointes C-68/94 et C-30/95, Rec. p. I-1375, point 221, et, en dernier lieu, la décision du Conseil de la concurrence n° 06-D-02 du 20 février 2006, relative à des pratiques relevées dans le secteur des travaux routiers liées à la fabrication d'enrobés bitumeux dans le département des Ardennes, point 107).
37. En l'espèce, l'addition des parts de marché des constructeurs mentionnés et la constatation de certains liens structurels entre eux, notamment au travers de coopérations ciblées, associées au fait que ces constructeurs ont choisi un même mode de distribution, sont insuffisantes pour présumer de l'existence d'une position dominante collective.
38. En particulier, aucun élément substantiel dans la saisine ne tend à montrer que les constructeurs en cause ne se livrent pas à une véritable concurrence et qu'ils ne subissent pas de pression concurrentielle appréciable, que ce soit de la part d'autres constructeurs ou de la part des consommateurs qui peuvent notamment, dans de nombreux cas, retarder l'achat d'une voiture neuve ou se reporter sur l'achat d'un véhicule d'occasion s'ils estiment que les prix sont trop élevés.
39. Pour cette dernière raison, les éléments contenus dans la saisine, y compris les chiffres concernant les parts de marché des sociétés Renault, Peugeot et Citroën, respectivement de 33,44 %, 19,31 % et 14,12 % en 2004 selon Turbo Europe, ne sont a fortiori pas suffisants pour envisager l'existence d'une position dominante individuelle, qui suppose également que l'entreprise concernée puisse faire obstacle à une concurrence effective sur le marché en cause en ayant la possibilité d'adopter des comportements indépendants, dans une mesure appréciable, vis à vis de ses concurrents, de ses clients et finalement des consommateurs, ainsi que l'a rappelé le Tribunal de première instance des Communautés européennes dans l'arrêt du 25 mars 1999, Gencor/Commission (T-102/96, Rec. p. II-753, point 200). De même, la cour d'appel de Paris (1<sup>er</sup> ch), dans l'arrêt du 13 avril 1999, relatif au recours formé par la SA Dectra e.a. contre la décision n° 98-D-61 du Conseil de la concurrence relative à la situation de la concurrence dans le secteur du traitement des ordures ménagères en Ile de France (BOCCRF n° 9 du 12 mai 1999) a rappelé que l'existence d'une position dominante dans le chef d'une entreprise suppose que « *l'entreprise considérée occupe sur le marché une place prépondérante que lui assurent notamment l'importance des parts de marché qu'elle détient dans celui-ci, la disproportion entre celles-ci et celles des entreprises concurrentes, comme éventuellement son statut et ses modes d'action commerciale* ».

40. Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que la saisine n'est pas appuyée d'éléments suffisamment probants. Il y a lieu de la rejeter en application de l'article L. 462-8, alinéa 2, du code de commerce.

### **DÉCISION**

Article unique : La saisine de la société Turbo Europe est rejetée.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Fenayrou-Degas, par M. Lasserre, président, Mme Aubert, et M. Nasse, vice-présidents.

La secrétaire de séance,  
Rita Sougoumarane

Le président,  
Bruno Lasserre

---

© Conseil de la concurrence