



Avis n° 92-A-10 du 24 novembre 1992  
relatif aux questions posées par le tribunal de grande instance de Clermont-Ferrand

Le Conseil de la concurrence (section I),

Vu la lettre enregistrée le 9 juillet 1991 sous le numéro A 90, par laquelle le juge d'instruction du tribunal de grande instance de Clermont-Ferrand, instruisant des plaintes déposées par MM. Bel et Fongarnand, anciens concessionnaires de la société Liqui Moly France, a, sur le fondement des dispositions de l'article 26 de l'ordonnance n° 86-1243 du 1<sup>er</sup> décembre 1986, modifiée, saisi le Conseil de la concurrence d'une demande d'avis tendant à ce qu'il lui soit indiqué « si la société Liqui Moly France a une position dominante sur le marché français ou si elle a placé ses concessionnaires dans un état de dépendance économique abusif » ;

Vu l'ordonnance n° 86-1243 du 1<sup>er</sup> décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence, modifiée, ensemble le décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 modifié, pris pour son application;

Vu les lettres en date du 29 juin 1992 par lesquelles le rapport a été communiqué à la société Liqui Moly France et à MM. Bel et Fongarnand ;

Vu les observations présentées par le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, le rapporteur général et le commissaire du Gouvernement et les parties ayant demandé à présenter des observations orales entendus,

Est d'avis de répondre aux questions posées dans le sens des observations qui suivent:

En ce qui concerne la portée des questions posées, le Conseil observe au préalable qu'il résulte des dispositions combinées des articles 7 et 8 de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986 que ni la position dominante d'une entreprise ni le fait qu'un de ses clients ou fournisseurs se trouve à son égard en état de dépendance économique ne sont prohibés en tant que tels : seul est prohibé l'abus anticoncurrentiel de telles situations. En particulier, il n'y a donc pas de situation de dépendance économique qui, comme le suggère la seconde des questions posées, puisse être qualifiée par elle-même d'abusives et dans laquelle une entreprise pourrait être « placée » par un tiers. Ainsi le Conseil doit interpréter ces questions pour rechercher si la société Liqui Moly France a une position dominante ou si MM. Bel et Fongarnand se sont trouvés à son égard en état de dépendance économique et, le cas échéant, si cette société a exploité abusivement une telle situation dans des conditions susceptibles d'affecter le jeu de la concurrence.

#### A – La position de la société Liqui Moly France sur le marché

La société anonyme Liqui Moly France, qui a été fondée en avril 1985, diffuse sur l'ensemble du territoire français, sous la marque « LM Liqui Moly », une gamme d'une vingtaine de produits destinés à l'entretien des automobiles. Ces produits sont fabriqués par une société allemande (Liqui Moly GmbH) qui possède 15 p.100 des actions de la société Liqui Moly France. Il s'agit surtout de produits chimiques ou de petits matériels utilisés ponctuellement pour améliorer le fonctionnement du moteur, mais aussi de quelques produits destinés à l'entretien de la carrosserie ou de l'habitacle des automobiles.

Ainsi, le marché pertinent peut être défini comme étant le marché de la distribution de produits d'entretien pour les automobiles. Ce marché est distinct de celui des lubrifiants pour automobiles, lesquels servent à l'entretien régulier des moteurs (vidanges et graissages périodiques) alors que les produits d'entretien sont des produits d'appoint.

Une quarantaine de marques environ sont présentes sur le marché, dont Wynn's, Bardhal-Sadaps, Sodicam, STP, Holts, Start Pilote, Métal 5 et Lu Protec sont les plus importants et les plus connues ; certaines compagnies pétrolières fournissent également le marché de produits à leur marque. La distribution aux consommateurs est assurée par les professionnels de l'automobile, soit par les magasins spécialisés d'accessoires automobiles et par les grandes et moyennes surfaces.

Le chiffre d'affaires annuel du marché peut être estimé à environ un milliard de francs. La part de marché détenue par la société Liqui Moly France, quasi nulle en mai 1986, était d'environ 2,2 p.100 à la fin de 1988. Cette société était confrontée à des concurrents dont certains appartenaient à des groupes puissants : l'un au moins, Winn's, jouissait d'une grande notoriété.

Il apparaît donc que pendant la période en cause la société Liqui Moly France ne disposait pas d'une position dominante sur le marché des produits d'entretien pour automobiles.

## B – La situation de MM. Bel et Fongarnand à l'égard de la société Liqui Moly France

Par contrats en date du 22 mai 1986, MM. Bel et Fongarnand sont devenus concessionnaires de la société Liqui Moly France l'un pour le Puy-de-Dôme et le Cantal, l'autre pour l'Allier et le Cher. Ces contrats comportent les clauses essentielles suivantes :

- La société Liqui Moly France accorde au concessionnaire l'exclusivité de la vente des produits LM Liqui Moly Autos ;
- Le concessionnaire s'engage à consacrer tout son temps à la recherche de clientèle et à la distribution des produits LM Liqui Moly, à l'exception de toute autre activité. Il s'interdit de distribuer les produits LM Liqui Moly dans d'autres secteurs que celui qui lui est concédé ;
- Le contrat est conclu pour une durée de 12 mois. Il se renouvelle dans les mêmes conditions et pour une durée identique par tacite reconduction, à la condition que le volume hors taxes des achats du concessionnaire auprès de la société Liqui Moly France atteigne, pour chaque période annuelle, une somme minimum fixée. Sinon, la société Liqui Moly France se réserve la possibilité de notifier la résiliation du contrat dans le délai d'un mois à l'issue de chaque période annuelle ;
- Le contrat est strictement personnel, il n'est cessible ni transmissible : il pourra être dénoncé par la S.A. Liqui Moly France en cas de non-respect d'une des clauses rappelées ci-dessus, et notamment en cas de non-paiement (même partiel) d'une facture de livraison de marchandises, par lettre recommandée avec accusé de réception à effet immédiat, et ce sans indemnité ni dommages-intérêts ;
- Le concessionnaire pourra dénoncer le contrat tous les ans, par lettre recommandée avec accusé de réception adressée à la S.A. Liqui Moly France six mois avant son échéance.

Par lettre du 17 octobre 1988, la société Liqui Moly France, ayant estimé qu'il n'avait pas respecté les conditions du contrat, a notifié à M. Bel la résiliation de ses contrats de concession. M. Bel a alors, pendant quelques temps, commercialisé des produits d'entretien d'une marque autre que Liqui Moly. Quant à M. Fongarnand, après la conclusion d'un nouveau contrat avec pour une durée de 6 mois sans tacite reconduction à compter du 1<sup>er</sup> juillet 1988, il a indiqué à la S.A. Liqui Moly France, le 30 janvier 1989, qu'il mettait fin immédiatement à toutes relations avec elle.

La situation de dépendance économique d'un distributeur à l'égard d'un producteur s'apprécie en tenant compte de plusieurs critères cumulés : la notoriété de la marque du producteur, les parts qu'il occupe sur le marché et dans le chiffre d'affaires du distributeur et l'impossibilité pour celui-ci d'obtenir d'autres fournisseurs des produits équivalents.

En l'espèce, en premier lieu, ainsi qu'il a été observé ci-dessus, la part de marché de la société Liqui Moly France est faible et les parts de marché de plusieurs de ses concurrents sont plus importants. Quant à la notoriété de la marque Liqui Moly, elle n'est pas supérieure à celle des autres marques.

En deuxième lieu, MM. Bel et Fongarnand ont, pendant la période en cause, réalisé la totalité (ou la quasi-totalité) de leur chiffre d'affaires avec les produits de marque LM Liqui Moly, fournis par la société Liqui Moly France.

En troisième lieu, après rupture de leurs contrats, rien n'empêchait MM. Bel et Fongarnand d'acheter des produits d'autres marques pour les commercialiser : les contrats ne comportent aucune clause le leur interdisant et ni la notoriété de la marque Liqui Moly ni la spécificité de ses produits n'étaient telles que cette marque pût paraître sans équivalent aux yeux des utilisateurs. Après la rupture de son contrat, M. Bel a d'ailleurs pendant quelques temps commercialisé des produits d'entretien d'une marque autre que Liqui Moly.

Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que, pendant la période en cause, la société Liqui Moly France ne disposait pas d'une position dominante sur le marché français des produits d'entretien pour automobiles et que MM. Bel et Fongarnand ne se sont pas trouvés à l'égard de cette société dans un état de dépendance économique, au sens de l'article 8 de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986.

Adopté sur le rapport de M. du Besset par MM. Pineau, vice-président, président, Bon, Fries, Mme Lorenceau, MM. Schmidt et Sloan, membres.

Le rapporteur général,  
F. Jenny

Le vice-président, président la séance,  
J. Pineau

---

© Conseil de la concurrence