

Distribution auto. Le nouveau règlement européen d'exemption décrypté

Le nouveau règlement européen d'exemption des accords de distribution a été publié au Journal Officiel de l'Union Européenne le 11 mai 2022. Mobilians ainsi que Patrice Mihailov, avocat au barreau de Paris, ont chacun rédigé une note décryptant les points saillants de ce texte.

Par [Benoît Landré](#)

Publié le 16/05/2022 - 13:37

Le groupe Volkswagen, pour la vente de la Cupra Born, a déjà adopté le modèle de contrat d'agence. Le nouveau règlement européen d'exemption des accords de distribution n°2022- 720, publié au Journal Officiel de l'Union Européenne le 11 mai 2022, remplacera à compter du 1^{er} juin le règlement européen 330/2010. Très attendu par les acteurs de la distribution automobile, ce nouveau texte sera applicable jusqu'au 31 mai 2034. S'il ne va pas résoudre les problèmes auxquels sont confrontés depuis plusieurs mois les acteurs de la filière, il va donner un cadre aux relations, parfois tendues et distendues, entretenues entre les constructeurs et les concessionnaires.

Dans une note publiée le 13 mai, en réaction à la publication du nouveau règlement, Mobilians (ex-CNPA) indique qu'il « *reste tout particulièrement attentif à ce que les lourds investissements et risques financiers et commerciaux opérés par les distributeurs automobiles (financement des stocks, coûts immobiliers, etc.) soient bien encadrés et compensés par les constructeurs automobiles. Ces conditions doivent être préservées pour ne pas mettre à mal le maillage territorial du réseau de concessionnaires automobiles, qui permet indéniablement de répondre aux attentes des consommateurs* ».

Contrats d'agence ou de commission

Selon Mobilians, les lignes directrices, qui fournissent des explications complémentaires sur l'interprétation de dispositions du règlement, apportent d'importantes précisions sur le sujet sensible des contrats d'agence (facturation directe du client par le constructeur) ou de commission (facturation du client par le commissionnaire mais pour le compte et au prix indiqué par le constructeur). Cette nouvelle approche, déjà adoptée par certaines marques (Cupra), prend le relais des contrats de distribution sélective qui encadrent la vente des véhicules neufs.

« *Les lignes directrices définissent clairement la nature des risques à assumer ou compenser par le constructeur : non seulement des risques relatifs aux contrats de vente conclus pour le compte du fournisseur par l'agent ou le commissionnaire (financement des stocks, etc.), mais également tous les risques relatifs aux « investissements propres au marché », c'est-à-dire l'ensemble des investissements nécessaires à la commercialisation des véhicules neufs, et non pas seulement les investissements spécifiques à une marque, soulève Mobilians dans sa note. Les constructeurs qui opteront pour ce type de contrat devront donc faire un comparatif entre les avantages qu'ils peuvent retirer de la maîtrise du prix de vente au détail de leurs véhicules, et les charges à assumer* ».

« *Si les constructeurs peuvent utiliser différentes méthodes pour rembourser à un agent ou commissionnaire les coûts qui leur incombent, la méthode utilisée doit toujours distinguer clairement les montants destinés à couvrir ces coûts et les commissions dues à l'agent ou au commissionnaire en rémunération de ses services d'intermédiation. Elles précisent enfin l'utilisation d'un mode de distribution mixte : un constructeur qui opte pour un système de distribution en achat / revente pour une partie des véhicules neufs de ses gammes, et pour un système d'agence ou de commission pour une autre partie, tous les investissements affectés aux véhicules neufs distribués en agence ou commission doivent être*

compensés par le constructeur, même s'ils ont été engagés par le distributeur, dès lors qu'ils ne sont pas amortis à la date de mise en place du système d'agence ou de commission ».

Stellantis, une liberté réduite pour les distributeurs

Les distributeurs des marques de Stellantis ont été résiliés en 2021.

Dans une note, Patrice Mihailov, avocat au barreau de Paris, spécialisé dans la distribution automobile, rappelle que l'adhésion au contrat d'agence doit être libre. La Commission expose que *« le distributeur indépendant doit être réellement libre de conclure le contrat d'agence. La relation d'agence ne doit pas être imposée de facto par le commettant, par une menace de résiliation ou d'aggravation des conditions de la relation de distribution ».*

« Il faudrait probablement en déduire qu'à défaut d'une adhésion authentiquement libre, la substitution des contrats pourrait constituer en soi un comportement répréhensible, soulève Patrice Mihailov. La Commission n'expose pas les motifs de cette exigence, qui suscite d'autant plus d'interrogations qu'elle met le doigt sur un point très sensible. Force est de constater en effet que dans le cas de Stellantis, la liberté de l'adhésion du distributeur a été compromise par la résiliation des contrats de distributeur, le constructeur prévoyant de proposer des contrats d'agent à quelques semaines ou quelques mois de l'expiration du préavis, dans des conditions qui ne laisseront aucun choix véritable. À cet égard, il faut évidemment considérer que la liberté d'adhérer ou non au contrat d'agent ne se conçoit qu'en fonction de l'existence d'une alternative, qui n'est jamais proposée à ce stade ».

Les constructeurs et la « double distribution »

Les précisions apportées par les Lignes Directrices interviennent en effet dans un contexte de renégociation des contrats par certains constructeurs automobiles. Logiquement, des changements introduits par le nouveau règlement européen répondent à l'évolution de l'environnement commercial et au développement des ventes en ligne. Selon Mobilians, trois évolutions nouvelles sont importantes pour la distribution automobile. La première concerne « la double distribution », soit *« la situation dans laquelle le constructeur vend ses produits par l'intermédiaire de distributeurs indépendants, mais aussi directement aux clients finaux, en concurrence avec ses distributeurs indépendants. La Commission avait jusqu'à présent toujours exempté sans aucune limite ces ventes directes en considérant qu'elles n'avaient pas d'effet négatif sur la concurrence ».* Concernant l'encadrement des échanges d'informations en cas de double distribution de la part du constructeur, *« le règlement prévoit une limitation des échanges d'informations entre constructeur et distributeur à celles qui sont directement liées à la mise en œuvre de l'accord vertical et nécessaires pour améliorer la production ou la distribution des biens ou services contractuels ».*

« Il semble que les constructeurs devront substantiellement réduire le périmètre des finalités du traitement qu'ils opèrent à partir des données transmises par leurs distributeurs, ainsi que le nombre des personnes auxquelles ils entendent transférer les données recueillies par leurs distributeurs », analyse Patrice Mihailov.

Un double prix selon le canal de vente

La deuxième évolution notable concerne « le double prix », le nouveau règlement permettant pour le constructeur d'avoir un prix de gros différent selon que le produit soit vendu en magasin ou sur Internet. *« L'exemption du double prix reste toutefois soumise à la double condition que : la différenciation du prix de gros soit justifiée au regard du niveau des investissements requis pour vendre respectivement en ligne ou hors ligne, et que la différence de prix ne compromette pas la rentabilité ou la viabilité des ventes en ligne ».*

Patrice Mihailov rappelle que *« cet aménagement était réclamé par les constructeurs, dans l'intérêt des distributeurs, l'idée consistant à ménager une marge plus importante aux distributeurs, puisqu'ils supportent les coûts d'une représentation physique dans une mesure supérieure aux coûts de la vente en ligne. Mais il est également possible que cet aménagement ait été recherché dans l'intérêt bien compris*

des constructeurs, dont certains poursuivent peut-être l'objectif de s'approprier purement et simplement les ventes en ligne. Sous cet angle, la différenciation tarifaire permettrait de réduire la marge sur les ventes en ligne dans une mesure qui retirerait à ces opérations tout intérêt économique réel pour les distributeurs ».

La troisième évolution concerne les fournisseurs de services d'intermédiation en ligne, qui vendent des biens ou des services en concurrence avec les entreprises auxquelles ils proposent leurs services d'intermédiation. Ces plateformes, « *disposant d'un pouvoir de marché trop important* », ne bénéficient pas de l'exemption.