

B 2	2. Untersuchungen Enquêtes Inchieste
B 2.2	1. Système de distribution Citroën

Untersuchung gemäss Art. 27 ff. KG

Enquête selon l'article 27 ss. LCart

Inchiesta giusta l'art. 27 ss. LCart

Décision (accord amiable selon l'art. 29 LCart) de la Commission de la concurrence (Comco) du 19 août 2002 concernant l'enquête selon l'article 27 LCart sur le cas Système de distribution Citroën relatif à des accords illicites selon l'article 5 LCart

Eröffnung wegen vermutungsweise unzulässiger Vertikalabrede in den Vertriebssystemen im Automobilhandel; zwei Klauseln in den Händlerverträgen sind unzulässig, da sie geografische Beschränkungen enthalten; einvernehmliche Regelung zur Aufhebung der umstrittenen Klauseln durch Citroën

Ouverture d'une enquête concernant des accords verticaux présumés illicites dans les systèmes de distribution du marché automobile; deux clauses dans les contrats de concession et d'agent sont illicites parce qu'elles établissent des restrictions géographiques; accord amiable avec Citroën visant la suppression des clauses litigieuses

Apertura a seguito di un probabile accordo verticale illecito nei sistemi di distribuzione del commercio di automobili; due clausole nei contratti commerciali sono illecite perché contengono delle limitazioni geografiche; accordo di conciliazione per l'eliminazione delle clausole contestate concluso con Citroën

A. Etat de fait

A.1 Objet de l'enquête

1. Citroën (Suisse) SA, sise à Genève (ci-après: Citroën), est l'importateur exclusif et fournisseur pour la Suisse et la Principauté du Liechtenstein (ci-après: le Liechtenstein) de véhicules neufs de la marque Citroën. Elle est une filiale détenue à 100% par Automobiles Citroën SA, Neuilly-Sur-Seine France (ci-après Citroën [France]).

2. En Suisse, les véhicules neufs de la marque Citroën sont vendus par l'intermédiaire d'un réseau de distribution sélective et exclusive qui comptait 161 points de vente en 2001. La distribution de véhicules neufs Citroën est assurée à un premier niveau par un importateur officiel Citroën puis, à un deuxième niveau, par des succursales et des concessionnaires, et enfin à un troisième niveau par des agents locaux.

3. Il existe deux contrats types de distribution rédigés et imposés par Citroën à son réseau de distributeurs. Il s'agit d'une part des contrats types de concession (ci-après: CdC), et d'autre part des contrats types d'agent (ci-après: CdA). Il n'existe aucun contrat de distribution avec les succursales, celles-ci n'étant pas des entités juridiques séparées de Citroën.

- a) Le contrat de concession lie Citroën et le concessionnaire Citroën et le contrat d'agent lie le concessionnaire Citroën et son agent. Les agents sont nommés après accord de Citroën. Il sied de préciser que les contrats de concession et d'agent sont rédigés sur le même modèle.
- b) Le contrat de concession et le contrat d'agent permettent respectivement au concessionnaire et à l'agent de déployer leurs activités commerciales dans une zone géographique dite de "première responsabilité", dans laquelle ils bénéficient, directement ou indirectement de l'exclusivité d'implantation de tout établissement commercial de vente ou d'après-vente, à caractère permanent ou provisoire (art. II. al. 1, 2ème par. et art. VII. al. 1 CdC et CdA et préambule par. 2 CdA).
- c) Pour être admis en qualité de concessionnaire ou d'agent au sein du réseau de distribution Citroën, le représentant doit remplir certaines conditions, notamment disposer de stocks minimums (art. III. al. 2, 2ème par. CdC et CdA) et atteindre des objectifs de vente annuels minimums (art. VII. al. 2 CdC et CdA). En contrepartie, les membres du réseau de vente Citroën bénéficient de prestations fournies par l'importateur, telles qu'un soutien technique (art. VII. al. 3 CdC et CdA), commercial et publicitaire.

4. L'objet de la présente enquête concerne les clauses contractuelles relatives à l'approvisionnement et à la vente de véhicules neufs Citroën, c'est-à-dire l'article III. 1, 2^e paragraphe CdC et CdA (objectif de vente) et l'article V. 2 1^{er} paragraphe CdC et CdA (interdiction de vente à des revendeurs non-agrèés). L'examen des clauses contractuelles concernant les pièces de rechange reste réservé.

A.2 Procédure

5. Par lettre du 15 novembre 1996, Citroën s'était engagée vis-à-vis de la Commission de la concurrence (ci-après: Comco) à adapter ses contrats de distribution aux règles posées par le règlement (CE) n° 1475/95 pour le 1^{er} janvier 1997 concernant la distribution automobile (J.O. des Communautés européennes n° L 145 du 29 juin 1995, p. 25).

6. Par décision du 20 janvier 1997, communiquée à Citroën par lettre du 26 février 1997, la Comco a confirmé les principes établis par l'ancienne Commission des cartels s'agissant de l'appréciation des contrats de distribution de la branche automobile (DPC 1997/1, p. 55). Elle a déclaré en substance que:

- a) les contrats conformes aux "Conditions-cadres pour les règles de concurrence applicables aux contrats de distribution" (Publ. CCSPR 3/1996, p. 233) ou au règlement (CE) n° 1475/95 de l'UE concernant la distribution automobile seraient en principe considérés comme compatibles avec le droit suisse;
- b) les contrats non-conformes à ces règles matérielles devaient être modifiés de façon à répondre à ces exigences;
- c) une enquête au sens de l'article 27 de la Loi fédérale sur les cartels et autres restrictions à la concurrence (LCart; RS 251) serait ouverte contre les entreprises refusant de se conformer à cette décision;
- d) le secrétariat de la Commission de la concurrence (ci-après: le secrétariat) était chargé de l'exécution de la décision.

7. Par lettre du 27 septembre 1997, l'Association des agents Citroën de Suisse a porté à la connaissance de la Comco que le (nouveau) contrat type de concession établi par Citroën prévoyait un certain nombre de restrictions territoriales contraires au règlement (CE) n° 1475/95 et demandait à la Comco de prendre les mesures nécessaires.

8. Par lettre du 6 janvier 1998 adressée à Citroën, le secrétariat l'a mise en demeure de modifier plusieurs dispositions de ses contrats, ce qu'elle a expressément refusé par lettre du 16 février 1998. A la suite d'une discussion informelle avec des représentants du secrétariat, Citroën a confirmé sa position par lettre du 8 mai 1998.

9. Le secrétariat, d'entente avec un membre de la présidence de la Comco, a ouvert le 2 novembre 1998 une enquête au sens de l'article 27 alinéa 1 LCart. L'ouverture de l'enquête a été publiée selon l'article 28 alinéa 1 LCart.

10. Des demandes de renseignements ont été adressées à Citroën, ainsi qu'à un certain nombre de représentants de la marque et d'associations.

11. Un premier projet de décision du 19 octobre 2001 a été envoyé à Citroën en vertu de l'article 30 alinéa 2 LCart. Celle-ci a pris position le 11 décembre 2001.

12. Après avoir pris connaissance du projet de décision du secrétariat et de la prise de position de Citroën, la Comco a pris le 17 décembre 2001 deux décisions:

- a) elle a d'abord décidé d'adopter une communication concernant l'appréciation matérielle des accords verticaux;
- b) elle a ensuite mandaté le secrétariat de revoir le projet de décision en fonction de cette communication.

13. Le 18 février 2002, la Comco a adopté la Communication concernant l'appréciation des accords verticaux (DPC 2002/2, p. 407).

14. Le 27 mai 2002, le secrétariat a envoyé à la partie son projet de décision afin de conclure un accord amiable.
15. En tenant compte de la prise de position de Citroën du 10 juin 2002, l'accord amiable définitif a été signé le 13 août 2002:

Déclaration

de Citroën Suisse SA

*en vue d'un accord amiable selon l'article 29 LCart dans l'affaire
système de distribution Citroën*

*Citroën (Suisse) SA soumet au secrétariat de la Commission
de la concurrence la déclaration suivante:*

1. *Citroën (Suisse) SA prend acte du chiffre 1 du dispositif
du projet de décision du secrétariat de la Commission de la
concurrence sans toutefois reconnaître formellement le ca-
ractère illicite des dispositions contractuelles visées:*

*"Les articles III, ch. 1, 2^{ème} paragraphe et article V chiffre 2, 1^{er}
paragraphe du contrat de concession ainsi que du contrat
d'agent du réseau de distribution Citroën Suisse SA sont - se-
lon l'article 5 alinéas 1 et 2 de la LCart - illicites".*

2. *Citroën (Suisse) SA s'engage à modifier les clauses men-
tionnées sous chiffre 1 avec effet immédiat comme suit:*

a) *Article III, chiffre 1, 2^{ème} paragraphe*

*"Faire les meilleurs efforts pour vendre chaque an-
née la quantité minimale indiquée en annexe II de
véhicules neufs visés par le présent contrat qu'il au-
ra préalablement acquis directement auprès de
L'IMPORTATEUR, du CONCESSIONNAIRE, ou d'un
AGENT REVENDEUR CITROEN officiel de Suisse, du
Liechtenstein ou de l'Union Européenne et fixée
d'un commun accord.*

b) *Article V, chiffre 2, 1^{er} paragraphe*

*"Le CONCESSIONNAIRE s'interdit de vendre des vé-
hicules Citroën neufs ou immatriculés depuis moins
de trois mois, par l'entremise d'intermédiaires, per-
sonnes physiques ou morales qui achètent pour re-
vendre ou dont l'activité est équivalente à celle de
la revente, à moins qu'il ne s'agisse de membres du
réseau commercial de L'IMPORTATEUR agréé pour
revendre lesdits véhicules, installés en Suisse ou au
Liechtenstein ou dans l'Union Européenne".*

3. *Citroën (Suisse) SA confirme que sa maison mère AUTO-
MOBILES CITROEN (Paris) prendra les mesures appropriées*

pour que dans le cadre du futur Règlement Européen le marché suisse soit traité comme les autres marchés de l'Union Européenne en ce qui concerne le système de distribution (principe de non exclusion), et ce sous réserve de la prise en compte par la Commission de la concurrence des règles contenues dans le Règlement Européen (CE) 1400/2002, de sorte que les futurs contrats de concession de l'Union Européenne n'excluent pas la Suisse.

4. *Citroën (Suisse) SA s'engage à communiquer au secrétariat de la Commission de la concurrence, au plus tard jusqu'au 1^{er} octobre 2003, qu'elle remplit les engagements décrits aux chiffres 2 et 3 du présent accord amiable.*

5. *Citroën (Suisse) SA prend acte du chiffre 4 du dispositif du projet de décision du secrétariat de la Commission de la concurrence:*

"Le total des frais de procédure s'élevant à CHF [...] au 1^{er} août 2002 est mis à la charge de Citroën (Suisse) SA, Genève, sans compter le travail éventuellement à effectuer par le secrétariat (art. 30 al. 2, 2^{me} phrase LCart) et celui de la Chambre et de la Comco. Ce montant est payable dans les 30 jours dès l'entrée en force de la présente décision".

B. Considérants

B.1 Champ d'application de la LCart

16. La LCart s'applique notamment aux entreprises de droit privé qui sont parties à des cartels ou à d'autres accords en matière de concurrence (art. 2 al. 1 LCart).

B.1.1 Entreprise

17. Par entreprise, la LCart vise tout acteur qui produit des biens ou des services et participe de façon indépendante au processus économique, que ce soit du côté de l'offre ou de la demande (DPC 2002/2, p. 308, ch.17).

Citroën est une entreprise au sens de la LCart, de même que toutes les entreprises signataires d'un contrat de concession ou d'agent.

B.1.2 Accords en matière de concurrence

18. Les accords en matière de concurrence sont les conventions avec ou sans force obligatoire ainsi que les pratiques concertées d'entreprises occupant des échelons du marché identiques ou différents, dans la mesure où ils visent ou entraînent une restriction à la concurrence (art. 4 al. 1 LCart). Nous distinguons deux accords, le premier au niveau des approvisionnements (ch. 19 s. ci-après), le deuxième au niveau des ventes (ch. 21 ci-après).

19. Il s'agit d'abord de déterminer si l'article III. 1, 2^{ème} paragraphe CdC et CdA, aux termes desquels le concessionnaire, respectivement l'agent s'engage à:

"faire ses meilleurs efforts pour vendre chaque année la quantité minimale indiquée en annexe II de véhicules neufs visés par le présent contrat, qu'il aura préalablement acquis directement auprès de l'IMPORTATEUR ou auprès d'un agent CITROËN officiel de Suisse ou du Lichtenstein, et fixée d'un commun accord"

remplissent les conditions de l'article 4 alinéa 1 LCart.

20. En l'espèce, les dispositions incriminées limitent les possibilités géographiques d'approvisionnement des concessionnaires/agents Citroën, s'agissant de l'acquisition de véhicules neufs. Elles remplissent les conditions d'une restriction à la concurrence au sens de l'article 4 alinéa 1 LCart pour les raisons suivantes:

- a) L'article III. 1, 2^{ème} paragraphe CdC et CdA constituent des conventions dès lors que les concessionnaires et agents Citroën acceptent de limiter leurs possibilités de s'approvisionner auprès des seuls agents Citroën officiels sis en Suisse ou au Liechtenstein. Ces conventions ont force obligatoire au sens de l'article 4 alinéa 1 LCart.
- b) Le CdC est passé entre des entreprises occupant des échelons différents du marché et le CdA entre des entreprises occupant des échelons identiques et différents du marché.
- c) L'article III. 1 CdC et CdA contient une répartition des marchés et entraîne dès lors une restriction à la concurrence.

21. Il s'agit ensuite de déterminer si l'article V. 2, 1^{er} paragraphe CdC et CdA, aux termes desquels le concessionnaire ou l'agent:

"s'interdit de vendre des véhicules Citroën neufs ou immatriculés depuis moins de trois mois, par l'entremise d'intermédiaires, personnes physiques ou morales qui achètent pour revendre ou dont l'activité est équivalente à celle de la revente, à moins qu'il ne s'agisse de membres du réseau commercial de l'IMPORTATEUR agréé pour revendre lesdits véhicules, installés en Suisse ou au Lichtenstein"

remplissent les conditions de l'article 4 alinéa 1 LCart. Tel est bien le cas en l'espèce, dans la mesure où:

- a) L'article V. 2, 1^{er} paragraph CdC et CdA constituent des conventions dès lors que les concessionnaires et les agents Citroën acceptent de limiter leurs débouchés, s'agissant de ventes de véhicules neufs. La convention a force obligatoire au sens de l'article 4 alinéa 1 LCart.
-

- b) Le CdC est passé entre des entreprises occupant des échelons différents du marché et le CdA entre des entreprises occupant des échelons tantôt identiques (détaillant) tantôt différents (grossiste et détaillant) du marché.
- c) L'article V. 2, 1^{er} paragraphe CdC et CdA contient une répartition des marchés et entraîne dès lors une restriction à la concurrence.

B.2 Prescriptions réservées

22. Dans les marchés concernés, il n'existe aucune prescription qui exclut la concurrence. Par ailleurs, les réserves de l'article 3 alinéa 1 LCart n'ont pas été invoquées par les parties.

B.3 Appréciation des accords

23. Sont illicites selon l'article 5 alinéa 1 LCart, les accords qui affectent de manière notable la concurrence et qui ne sont pas justifiés par des motifs d'efficacité économique. Ces accords peuvent concerner aussi bien des entreprises situées au même échelon que des entreprises situées à des échelons différents (art. 4 al. 1 LCart). Ainsi les accords verticaux sont soumis à la loi au même titre que les accords horizontaux.

B.3.1 Affectation notable de la concurrence

24. Les deux clauses litigieuses, à savoir l'article III. 1, 2^{ème} paragraphe et IV. 2 CdC et CdA (cf. ch. 19 et 21 ci-dessus), constituent des accords verticaux entre, d'une part, l'importateur Citroën et les concessionnaires Citroën et, d'autre part, entre les concessionnaires Citroën et ses agents Citroën qui affectent de manière notable la concurrence au sens de l'article 5 alinéa 1 LCart.

25. Le critère de la notabilité au sens de l'article 5 alinéa 1 LCart est réalisé pour les raisons suivantes:

- a) Les produits/voitures Citroën sont distribués par des concessionnaires agréés/autorisés et des agents. La distribution s'effectue donc par un système de distribution sélective qui limite les relations commerciales aux partenaires agréés (cf. art. 2 de la Communication concernant l'appréciation des accords verticaux, ci-après: Communication; DPC 2002/2, p. 407).
 - b) L'article III. 1, 2^{ème} paragraphe CdC et CdA n'interdit pas textuellement aux concessionnaires et agents Citroën d'acheter des voitures Citroën neuves à un concessionnaire agréé qui est situé en dehors de la Suisse et du Liechtenstein, mais limite indirectement l'approvisionnement par le biais des objectifs de vente. Ainsi la clause contractuelle incriminée contient des restrictions indirectes qui ont le même effet qu'une interdiction, à savoir celle de s'approvisionner à l'étranger. En revanche, l'article V. 2, 1^{er} paragraphe CdC et CdA, limite expressément la vente de telles voitures à
-

des concessionnaires agréés en dehors de la Suisse et du Liechtenstein.

- c) Selon l'article 3 lettre d de la Communication, une clause contractuelle régissant le rapport entre un producteur et son revendeur doit être considérée comme une restriction notable au sens de l'article 5 alinéa 1 LCart lorsqu'elle limite les livraisons croisées à l'intérieur d'un système de distribution sélective entre commerçants agréés. Tel est le cas pour l'article III. 1, 2^{ème} paragraphe CdC et CdA. Par ailleurs, la limitation du territoire ou du cercle de la clientèle de revente telle que l'implique l'article V 2, 1^{er} paragraphe des CdC et CdA, est en vertu de l'article 3 lettre b de la Communication également considérée comme restriction notable à la concurrence (art. 5 al. 1 LCart). Cette appréciation est d'ailleurs partagée par la doctrine selon laquelle des répartitions de marché opérées par un réseau de distribution et qui empêchent la concurrence intra-marque (cf. LAWRENCE A. SULLIVAN/WARREN S. GRIMES, *The Law of Antitrust: An Integrated Handbook*, St. Paul, Minn. 2000, p. 288 s.; KLAUS HERDZINA, *Wettbewerbspolitik*, 5. ed., UTB, Stuttgart 1999, p. 164 ss.; HANS-GEORG KOPPENSTEINER, *Österreichisches und europäisches Wettbewerbsrecht*, 3. ed., Wien 1997, § 7 Rz. 81, 91, § 9, Rz. 2, 8), ont en règle générale des effets nuisibles au sens de l'article 5 alinéa 1 LCart (cf. ULRICH IMMENGA, *Die Marke im Wettbewerb - Wettbewerb innerhalb der Marke*, sic! 2002, p. 376; ROGER ZÄCH, *Erfahrungen mit dem neuen schweizerischen Wettbewerbsrecht*, in: *Zukunft der Wettbewerbsordnung und des Kartellrechts*, Köln/Berlin/Bonn/München 2001, p. 88 s.).

26. Cette appréciation correspond d'ailleurs à la pratique suivie jusqu'à présent par la Comco:

- a) Dans sa décision du 8 mai 2000 concernant le cas VW, la Comco a annoncé dans un *obiter dictum* qu'elle qualifie de notable ce type de restriction au sens de l'article 5 alinéa 1 LCart (DPC 2000/2, p. 209, ch. 50).
- b) Il sied de rappeler que, sous la LCart 85, la Commission des cartels avait déjà tenu compte, dans son examen du marché de l'automobile publié en 1994, de l'impact du système de distribution des automobiles sur la concurrence intra-marque (cf. PCCSPR 1994/3 p. ex. à la p. 293: "la concurrence d'une marque est fortement limitée au niveau de la substitution d'une marque par une autre"). Dès l'entrée en vigueur de la nouvelle loi, la Comco a du reste annoncé qu'elle entendait poursuivre la même pratique dans le secteur automobile (DPC 1997/1, p. 55).

B.3.2 Justifications pour motifs d'efficacité économique

27. Selon l'article 5 alinéa 2 lettre a LCart un accord (vertical) est réputé justifié par des motifs d'efficacité économique lorsqu'il est nécessaire pour: réduire les coûts de production ou de distribution, pour améliorer des produits ou des procédés de fabrication, pour promouvoir la recherche ou la diffusion de connaissances techniques ou professionnelles ou pour exploiter plus rationnellement les ressources". Cette énumération des motifs d'efficacité est exhaustive. Les parties ne peuvent en invoquer d'autres (cf. décision de l'autorité de recours Reko/WEF, DPC 2000/2, p. 167 ss., c. 3.2.2.b).

28. Dans le cas d'espèce, certaines justifications évoquées par Citroën ne rentrent pas sous cette définition. C'est en particulier le cas pour:

- a) celle invoquant la relativement faible différence de prix entre pays par rapport à d'autres catégories de produits. Cette assertion ne démontre en rien l'efficacité productive ou distributive de l'industrie concernée;
- b) celle relative au maintien d'un réseau de proximité, dans la mesure où un tel réseau n'induit pas nécessairement une réduction des coûts de distribution ou, plus généralement, une plus grande efficacité distributive.

29. D'autres motifs d'efficacité apportés par la partie rentrent en principe sous la définition de l'article 5 alinéa 2 lettre a LCart: Un réseau de distribution sélective est un moyen approprié et souvent nécessaire pour favoriser la formation technique et le savoir faire, l'amélioration des produits (y compris celle relative à la sécurité des consommateurs) et la richesse des gammes, ou encore l'innovation dans le domaine de la production automobile.

Or, une interdiction de livraisons croisées au sein du réseau de distribution - notamment pour les produits connus n'impliquant pas une recherche importante d'informations pour son utilisation - ne contribue pas à l'amélioration de l'efficacité du système de distribution. Cela est particulièrement vrai lorsqu'elle affecte l'échange commercial transfrontalier et favorise ainsi le cloisonnement du marché suisse. A plus forte raison l'élément de la "nécessité" exigé dans l'article 5 alinéa 2 lettre a LCart - afin que l'on puisse tenir compte d'un motif de justification économique - n'est pas rempli.

Dès lors, l'article III. 1, 2^{ème} paragraphe et V. 2, 1^{er} paragraphe CdC et CdA doivent être considérés comme contraires à la LCart.

B.3 Résultats

30. Les résultats de l'enquête sont les suivants:

- a) L'article III. 1, 2^{ème} paragraphe et V. 2, 1^{er} paragraphe CdC et CdA limitant les possibilités d'approvisionnement et de revente sont considérés comme affectant de manière notable la concurrence au

sens de l'article 5 LCart. Dans la mesure où la présence effective de justifications pour motifs d'efficacité économique n'est pas établie, ces clauses sont illicites.

- b) L'accord amiable que Citroën a signé est en mesure de supprimer l'état de fait incriminé. En effet la modification de l'article III, chiffre 1, 2^{ème} paragraphe et de l'article V chiffre 2, 1^{er} paragraphe est à même d'atténuer le cloisonnement du marché suisse.

C. Frais

31. Conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur la perception d'émoluments dans la loi sur les cartels du 25 février 1998 (Ordonnance sur les émoluments LCart; RS 251.2) celui qui occasionne une procédure administrative est tenu de s'acquitter d'un émolument.

Dans le cas présent, il s'agit du destinataire de la décision, à savoir Citroën.

32. En vertu de l'article 4 alinéas 1 et 2 de l'Ordonnance sur les émoluments LCart, l'émolument se calcule en fonction du temps consacré à l'affaire. Il s'élève à CHF 130.-- l'heure. Il peut être réduit ou augmenté au maximum de moitié en fonction de l'importance économique de l'objet en question (art. 4 al. 3 de l'Ordonnance sur les émoluments LCart).

33. La Commission de la concurrence ne voit, en l'espèce, aucun motif permettant de diminuer ou d'augmenter les émoluments. Par conséquent, pour les heures consacrées à la présente procédure, le montant de CHF 130.-- par heure est applicable. Les émoluments se montent à CHF [...]. A ce montant s'ajoute une majoration forfaitaire pour les frais de port, fax, copies et téléphones de 1,5%, soit CHF [...], ce qui porte les frais à un montant total de CHF [...].

D. Dispositif

La Commission de la concurrence, se fondant sur l'état de fait et les considérants qui précèdent:

1. Constate que l'article III, chiffre 1, 2^{ème} paragraphe et article V chiffre 2, 1^{er} paragraphe du contrat de concession ainsi que du contrat d'agent du réseau de distribution Citroën Suisse SA sont - selon l'article 5 alinéas 1 et 2 de la LCart - illicites.

2. Approuve l'accord amiable passé avec Citroën (Suisse) SA. Cet accord, lequel fait partie intégrante de la présente décision, prévoit que la partie susmentionnée s'engage à:

?? modifier les clauses mentionnées sous chiffre 1 avec effet immédiat comme suit:

a) Article III, chiffre 1, 2^{ème} paragraphe

"faire les meilleurs efforts pour vendre chaque année la quantité minimale indiquée en annexe II de véhicules neufs visés par le présent contrat qu'il aura préalablement acquis directement auprès de L'IMPORTATEUR, du CONCESSIONNAIRE, ou d'un AGENT REVENDEUR CITROEN officiel de Suisse, du Liechtenstein ou de l'Union Européenne et fixée d'un commun accord"

b) Article V, chiffre 2, 1^{er} paragraphe

"Le CONCESSIONNAIRE s'interdit de vendre des véhicules Citroën neufs ou immatriculés depuis moins de trois mois, par l'entremise d'intermédiaires, personnes physiques ou morales qui achètent pour revendre ou dont l'activité est équivalente à celle de la revente, à moins qu'il ne s'agisse de membres du réseau commercial de l'IMPORTATEUR agréé pour revendre lesdits véhicules, installés en Suisse ou au Liechtenstein ou dans l'Union Européenne".

?? Citroën (Suisse) SA confirme que sa maison mère AUTOMOBILES CITROEN (Paris) prendra les mesures appropriées pour que dans le cadre du futur Règlement Européen le marché suisse soit traité comme les autres marchés de l'Union Européenne en ce qui concerne le système de distribution (principe de non exclusion), et ce sous réserve de la prise en compte par la Commission de la concurrence des règles contenues dans le Règlement Européen (CE) 1400/2002, de sorte que les futurs contrats de concession de l'Union Européenne n'excluent pas la Suisse.

3. Dit que l'inobservation de la présente décision sera punie des sanctions prévues aux articles 50 et 54 LCart.

4. [Frais de procédure]

5. [Notification]
