



---

# Résumé du rapport final du Secrétariat de la COMCO du 1<sup>er</sup> mai 2018

concernant l'enquête préliminaire selon l'art. 26 LCart<sup>1</sup>

## 22-0449: AMAG Système de distribution

en relation à des éventuelles restrictions illicites de la concurrence au sens des art. 5 et 7 LCart

---

### A Remarque préliminaire

1. Ce document constitue un résumé du rapport final préparé par le Secrétariat de la Commission de la concurrence (ci-après: Secrétariat) dans le cadre d'une enquête préalable. Ce résumé a été établi, car le rapport complet contient des passages avec des secrets d'affaires de participants au marché. Étant donné que le travail de caviardage prend un certain temps, le Secrétariat a décidé de publier dans un premier temps un résumé du rapport final contenant les éléments essentiels de cette enquête préalable.

### B État des faits et de procédure

2. En date du 4 avril 2014, le Secrétariat a reçu une plainte anonyme de la part de différents concessionnaires d'AMAG Automobil- und Motoren AG<sup>2</sup> (AMAG). Selon la dénonciation, AMAG, à la fois importateur général pour les véhicules des marques du groupe Volkswagen (AMAG Import) et revendeur au détail (AMAG Retail), tenterait d'affaiblir la position des concessionnaires et de les évincer du marché, afin de renforcer sa propre position dans le secteur de la vente de véhicules et du service après-vente. Dans les faits, AMAG aurait résilié des contrats de distribution et de service après-vente, refusé d'agréer des réparateurs qui ne sont

---

<sup>1</sup> Loi fédérale du 6 octobre 1995 sur les cartels et autres restrictions à la concurrence (Loi sur les cartels, LCart; RS 251).

<sup>2</sup> AMAG Automobil- und Motoren AG est devenue entre-temps AMAG Import AG.

pas en même temps actifs dans la distribution de véhicules neufs et discriminé des concessionnaires par rapport aux garages AMAG Retail.

3. Le 27 juin 2014 le Secrétariat a ouvert une enquête préalable selon l'art. 26 LCart, afin de clarifier l'état de faits dénoncé en relation avec de possibles restriction à la concurrence au sens des art. 5 et 7 LCart.

4. L'enquête préliminaire a établi les constats suivants:

- Les indices selon lesquels AMAG aurait limité les **importations directes et parallèles** de véhicules neufs n'ont pas été confirmés.
- AMAG favorise les réparateurs qui sont au même temps concessionnaires. AMAG a procédé à **plusieurs résiliations** de contrats de distribution et de service après-vente. Sur la base des informations disponibles actuellement, on peut considérer que les principes énoncés dans la Communication automobile<sup>3</sup> sur la résiliation du contrat (art. 19 CommAuto) ont été respectés. Par conséquent, il n'existe actuellement aucun indice selon lequel les résiliations des contrats de distribution et de service après-vente représentent des restrictions illicites au sens de l'art. 5 al. 1 LCart. Sur la base des informations à disposition, l'on peut toutefois supposer que dans le futur il n'y aura qu'un nombre restreint d'établissements «*service only*». A ce propos, il existe des indices selon lesquels AMAG et ces concessionnaires, admis au réseau en tant que distributeur agréé et réparateur agréé, auraient conclu un **accord sur le lien entre vente et service après-vente** au sens de l'art. 5 al.1 LCart.
- Malgré le fait que le **multimarquisme** ne soit pas exclu contractuellement, environ un cinquième des concessionnaires d'AMAG interrogés considère que cette dernière ne tolère pas de multimarquisme. Environ trois cinquième des concessionnaires ont affirmé qu'ils n'ont pas d'intérêt dans le commerce d'autres marques ou qu'ils ne remplissent pas les standards. Environ un cinquième des concessionnaires d'AMAG ont répondu qu'ils représentent déjà d'autres marques qui n'appartiennent pas au groupe Volkswagen. AMAG conteste d'empêcher ou d'interdire le multimarquisme. Elle indique que les établissements existants sont souvent trop petits pour reprendre des marques supplémentaires de manière conforme aux standards requis et que, en outre, de gros investissements sont nécessaires. Dans ce contexte, il n'existe **pas suffisamment d'indices pour un accord** entre AMAG et ses concessionnaires concernant l'**interdiction du multimarquisme** au sens de l'art. 5 al.1 LCart. Toutefois, il existe clairement parmi certains concessionnaires une insécurité sur la question de savoir si des véhicules de marques concurrentes à celles du groupe Volkswagen représentées par AMAG peuvent être commercialisées.
- Il ressort des investigations sur le **système de prix et les conditions commerciales en relation avec le commerce de véhicules neufs** que les garages AMAG Retail sont favorisés par rapport aux concessionnaires d'AMAG pour la vente de véhicules neufs des marques du groupe Volkswagen. Cependant, AMAG n'a actuellement pas de position dominante sur le marché pour la vente de véhicules neufs respectivement dans les segments individuels. Pour cette raison, il n'existe **pas d'indices d'un abus de position dominante** au sens de l'art. 7 LCart.
- En ce qui concerne les ventes de flottes, les concessionnaires ont fait valoir que, en raison des faibles marges, ils ne peuvent en principe pas offrir à leurs clients de flottes

---

<sup>3</sup> Communication de la Commission de la concurrence du 29 juin 2015 concernant l'appréciation des accords verticaux dans le secteur automobile (Communication automobile, CommAuto), disponible sous: [www.comco.admin.ch](http://www.comco.admin.ch) > Documentation > Communications/Notes explicatives.

des rabais supplémentaires outre que ceux qui sont recommandés par AMAG. Il ressort des investigations sur les ventes de flottes que celles-ci représentent une grande partie des ventes de véhicules sur l'ensemble du marché. En outre, AMAG Retail a pu augmenter ses parts de marché dans les ventes de flottes. Les concessionnaires ne peuvent pas renoncer aux ventes de flottes, s'ils veulent continuer à être concurrentiels. Pour cette raison, il est donné à croire que les concessionnaires appliquent en général les rabais recommandés par AMAG dans le règlement flottes. Certes, cela restreint la capacité des concessionnaires de fixer les prix et réduit leur marge. Cependant, sur la base des informations actuellement à disposition il n'existe **pas d'indices d'une restriction illicite à la concurrence** au sens des art. 5 et 7 LCart dans le secteur des ventes de flottes.

- Selon les déclarations de différents participants au marché, le **système de rabais et de bonus d'AMAG dans le secteur du service après-vente** oblige les réparateurs agréés d'AMAG et des participants au marché indépendants à acquérir les pièces de rechange exclusivement auprès d'AMAG et limite les autres fournisseurs de pièces de rechange à vendre celles-ci aux membres du système de distribution d'AMAG et aux participants au marché indépendants. Par conséquent, il existe des indices d'un **accord sur la limitation de l'acquisition de pièces de rechange** au sens de l'art. 5 al. 1 LCart.<sup>4</sup> Par contre, il n'y a actuellement pas d'indices selon lesquels le système de rabais représenterait une restriction indirecte de ventes passives transfrontalières au sens de l'art. 5 al. 4 LCart.<sup>5</sup> En outre, il existe des indices selon lesquels AMAG pourrait avoir une position dominante sur les marchés des pièces de rechange. Le système de primes pour l'acquisition du plus grand nombre de pièces de rechange de différentes catégories de produits établi par AMAG pourrait également représenter une **restriction abusive des débouchés** au sens de l'art. 7 al. 2 let. e LCart et/ou une **pratique abusive d'affaires liées** au sens de l'art. 7 al. 2 let. f LCart qui limitent les autres fournisseurs de pièces de rechange dans l'exercice de la concurrence.
- Certains concessionnaires d'AMAG craignent que les **données sur les clients et les véhicules** ainsi que les **rapports sur la situation financière et la rentabilité** transmis à AMAG pourraient être utilisés comme moyen de surveillance de leur situation bénéficiaire et ainsi piloter leur politique de prix. En outre, AMAG ne garantirait pas que ces informations ne soient pas rendues accessibles aux garages AMAG Retail, lesquels sont en directe concurrence avec les concessionnaires. D'après les investigations du Secrétariat, l'échange d'informations entre AMAG, en tant qu'importateur et fournisseur, et ses concessionnaires aurait comme objectif la promotion commerciale. En tout cas, il n'y a **pas suffisamment d'indices d'un accord illicite sur l'échange d'informations** au sens de l'art. 5 al. 1 LCart. Etant donné qu'AMAG ne bénéficie pas d'une position dominante sur le marché de la vente de véhicules neufs, une **discrimination des concessionnaires** selon l'art. 7 LCart doit être aussi exclue.

---

<sup>4</sup> V. art. 16 let. g et h CommAuto.

<sup>5</sup> Cf. N 8, dernière phrase, de la Note explicative de la Commission de la concurrence du 12.6.2017 relative à la Communication concernant l'appréciation des accords verticaux (Note explicative CommVert), accessible sous: [www.comco.admin.ch](http://www.comco.admin.ch) > Documentation > Communications/Note explicatives.

## C Considérants

### C.1 Accords illicites en matière de concurrence

5. Les accords qui **affectent de manière notable** la concurrence sur le marché de certains biens ou services et qui ne sont **pas justifiés** par des motifs d'efficacité économique, ainsi que les accords qui conduisent à la suppression d'une concurrence efficace, sont illicites (art. 5 al. 1 LCart).

6. En l'espèce, il ressort de l'enquête préliminaire qu'AMAG favorise les réparateurs qui sont au même temps actif en tant que distributeurs agréés de véhicules des marques du groupe Volkswagen. Partant ce principe, il pourrait exister un **accord sur le lien entre service et vente** au sens de l'art. 5 al.1 LCart entre AMAG et ces concessionnaires, admis au réseau en tant que distributeur agréé et réparateur agréé.

7. Dans le cadre du système de rabais et de bonus d'AMAG dans le secteur du service après-vente, AMAG, ses concessionnaires et participants au marché indépendants ont convenu d'un système de rabais et de bonus selon lequel une prime est fixée en fonction de l'acquisition auprès d'AMAG d'un grand nombre de pièces de rechange dans toutes les catégories. De cette manière, les autres fournisseurs de pièces de rechange seraient limités dans leur possibilité de fournir les membres du système de distribution d'AMAG. Par conséquent, il existe des indices d'un **accord sur la limitation de l'acquisition de pièces de rechange** au sens de l'art. 5 al. 1 LCart entre AMAG et les acquéreurs de pièces de rechange (réparateurs agréés et indépendants), lesquels acquièrent les pièces de rechange auprès d'AMAG selon les conditions de ce système de rabais et de bonus.<sup>6</sup> Par contre, il n'y a actuellement pas d'indices selon lesquels le système de rabais représenterait une restriction indirecte de ventes passives transfrontalières au sens de l'art. 5 al. 4 LCart.<sup>7</sup>

8. Dans le cas où les accords en matière de concurrence ne relèvent pas de l'art. 5 al. 3 ou 4 LCart, il est nécessaire de tenir compte tant des **critères qualitatifs que quantitatifs**. La pesée de ces deux critères est effectuée au cas par cas, dans le cadre d'une appréciation d'ensemble. Ainsi, une atteinte qualitativement grave peut être notable malgré ses effets limités sur le plan quantitatif. Inversement, une atteinte ayant des effets importants d'un point de vue quantitatif peut affecter la concurrence de manière notable, même si elle n'est pas grave d'un point de vue qualitatif (chiffre 12 al. 1 let. b CommVert<sup>8</sup>).<sup>9</sup>

9. Afin d'examiner les effets des accords, il est d'abord nécessaire de définir les marchés de produits et géographiques pertinents. Pour les fins de la présente enquête, il est possible de **délimiter provisoirement le marché** de la manière suivante :

- un marché national pour la **distribution de véhicules neufs** selon les classes et segments,
- un marché national pour la **fourniture de services après-vente** pour les marques du groupe Volkswagen distribuées par AMAG et

---

<sup>6</sup> V. art. 16 let. g et h CommAuto.

<sup>7</sup> Cf. N 8, dernière phrase, Note explicative CommVert.

<sup>8</sup> Communication de la Commission de la concurrence du 28 juin 2010 concernant l'appréciation des accords verticaux (Communication sur les accords verticaux, CommVert), disponible sous: [www.comco.admin.ch](http://www.comco.admin.ch) > Documentation > Communications/Notes explicatives.

<sup>9</sup> ATF 143 II 297, consid. 5.2.2, *Gaba*.

- un marché national pour la **vente de pièces de rechange** pour les marques du groupe Volkswagen distribuées par AMAG.

10. La question de savoir s'il existe une **atteinte qualitativement grave** doit être évaluée en fonction des paramètres concurrentiels concernés<sup>10</sup> et de l'étendue de l'atteinte à ces paramètres concurrentiels<sup>11</sup>. Les accords verticaux qui ne relèvent pas de l'art. 5 al. 4 LCart sont considérés comme qualitativement graves s'ils ont comme objet une des restrictions figurant au chiffre 12 al. 2 CommVert ou aux art. 15 à 19 CommAuto.

11. L'obligation pour un réparateur agréé de lier la **fourniture de services de réparation et d'entretien** avec la distribution de pièces de rechange ou **avec la distribution de véhicules automobiles neufs** est considérée comme une atteinte qualitativement grave à la concurrence (art. 16 let. a CommAuto). En même temps, l'obligation pour un distributeur agréé de lier la distribution de véhicules automobiles neufs avec la fourniture de services de réparation et d'entretien ou la distribution de pièces de rechange est considérée comme une atteinte qualitativement grave à la concurrence (art. 16 let. b CommAuto). Les activités de vente et de service après-vente doivent être en principe dissociées. Un distributeur agréé peut donc limiter son activité exclusivement à l'un de ces domaines (N 32 Note explicative CommAuto<sup>12</sup>).

12. La **restriction** pour les membres d'un réseau de distribution de la possibilité d'obtenir, **de la part d'un fabricant ou d'un distributeur, des pièces de rechange** originales ou des pièces de rechange de qualité équivalente **de son choix** et d'utiliser ces pièces pour la réparation ou l'entretien de véhicules automobiles est également considérée comme une atteinte qualitativement grave à la concurrence (art. 16 let. h CommAuto).

13. La question de savoir s'il existe une atteinte grave d'un **point de vue quantitatif** est en principe déterminée en fonction de la mesure dans laquelle l'accord porte atteinte au marché pertinent, c'est-à-dire du « poids » de l'accord et des parties à l'accord sur le marché concerné (nombre de parties, parts de marché, chiffres d'affaires, etc.).<sup>13</sup>

14. Dans ce cadre, il faut partir du principe qu'il existe des **marchés de service après-vente** et de la **vente de pièces de rechange** spécifiques pour chaque marque et qu'AMAG, en raison de parts de marché très élevées, dispose d'une possible position dominante sur ces marchés.

15. Sur la base d'une **appréciation d'ensemble des critères qualitatifs et quantitatifs** il existe des indices d'accords sur le lien entre vente et service après-vente et sur la restriction de l'acquisition de pièces de rechange qui **affectent de manière notable** la concurrence sur les marchés pertinents et qui, sous réserve d'un motif justificatif d'efficacité économique, sont illicites (art. 5 al. 1 LCart).

16. En l'espèce, AMAG n'a jusqu'à présent pas fait valoir de motif d'efficacité économique au sens de l'art. 5 al. 2 LCart. Dans le cadre d'une éventuelle enquête, l'existence d'éventuels motifs d'efficacité économique serait examinée.

---

<sup>10</sup> PATRICK L. KRAUSKOPF/OLIVIER SCHALLER, in: Basler Kommentar, Kartellgesetz, Art. 5 KG N 187; ROLF H. WEBER, in: Wettbewerbsrecht II Kommentar, Oesch/Weber/Zäch (Hrsg.), 2011, Ziff. 6 Vert-Bek N 1.

<sup>11</sup> Dans ce sens DPC 2005/1, 241 N 19, *Klimarappen*, par rapport à un accord concernant une partie des coûts.

<sup>12</sup> Note explicative de la Commission de la concurrence du 29.6.2015 relative à la Communication concernant l'appréciation des accords verticaux dans le secteur automobile (Note explicative CommAuto), disponible sous: [www.comco.admin.ch](http://www.comco.admin.ch) > Documentation > Communications/Notes explicatives.

<sup>13</sup> BSK KG-KRAUSKOPF/SCHALLER (n. 10), Art. 5 KG N 230.

17. L'enquête préliminaire a révélé des **indices** selon lesquels il existe de **possibles accords illicites en matière de concurrence** entre AMAG et ses concessionnaires **au sens de l'art. 5 al. 1 LCart**:

- Accords sur le lien entre vente et service après-vente;
- Accords sur la restriction de l'acquisition de pièces de rechange.

## C.2 Pratique illicites d'entreprises ayant une position dominante

18. Par **entreprises dominant le marché**, on entend une ou plusieurs entreprises qui sont à même, en matière d'offre ou de demande, de se comporter de manière essentiellement indépendante par rapport aux autres participants au marché (concurrents, fournisseurs ou acheteurs) (art. 4 al. 2 LCart).

19. Afin d'examiner la position dominante il est d'abord nécessaire de **définir les marchés pertinents**. Dans la présente enquête, il est possible de considérer la définition provisoire du marché mentionnée sous le point C.1 (cf. N 9).

20. Sur le marché de la **distribution de véhicules neufs**, AMAG dispose d'une forte position dans des classes et segments individuels, notamment dans les classes moyennes inférieure et supérieure. Cependant, beaucoup de concurrents existent dans toutes les classes et segments des marchés pertinents.<sup>14</sup> Dans ce cadre, il est possible de considérer qu'AMAG ne détient **pas de position dominante** sur le marché de la distribution de véhicules neufs respectivement dans les segments individuels.

21. Comme indiqué au point C.1, il faut provisoirement partir du principe qu'AMAG dispose éventuellement d'une position dominante sur les **marchés spécifiques de chaque marque pour la fourniture de services après-vente et la vente de pièces de rechange** (cf. précédemment, N 14 sv.).

22. Selon la clause générale de l'art. 7 al. 1 LCart les entreprises en position dominante agissent de manière illicite, lorsqu'elles **abusent de leur position** et entravent ainsi l'accès d'autres entreprises à la concurrence ou à son exercice, ou désavantagent les concessionnaires. Il est possible de distinguer entre un abus d'entrave et un abus d'exploitation.<sup>15</sup>

23. Il y a un **abus d'entrave** lorsque des entreprises (en principe, des concurrents actuels ou potentiels, mais également d'autres opérateurs économiques) sont empêchées d'accéder ou d'exercer la concurrence.<sup>16</sup>

24. Par un **abus d'exploitation** on entend la situation dans laquelle l'entreprise dominante abuse de sa position au détriment de ses concessionnaires, c'est-à-dire ses fournisseurs ou ses clients, en appliquant des prix ou d'autres conditions commerciales inéquitables.

25. Avec l'art 7 al. 2 LCart le législateur a concrétisé la clause générale de l'art. 7 al. 1 LCart par une liste non-exhaustive de comportements susceptibles de constituer un abus de position dominante.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Cf. en particulier les explications de la COMCO en relation avec l'appréciation de la concurrence actuelle dans le cas *BMW*: DPC 2012/3, 571 ss, N 249 ss.

<sup>15</sup> DPC 2010/1, 166 N 322, *Preispolitik Swisscom ADSL*; cf. aussi ATF 139 I 72, consid. 10.1.1 (= DPC 2013/1, 130 sv. consid. 10.1.1), *Publigroupe SA et al./WEKO*.

<sup>16</sup> ATF 139 I 72, consid. 10.1.1. (= RPW 2013/1, 130 f. E. 10.1.1), *Publigroupe SA et al./WEKO*, et références cités; cf. aussi Message LCart 1995, FF 1995 468, 569.

<sup>17</sup> Cf. DPC 2012/3, 467 N 71, *Erdgas Zentralschweiz AG*; Message LCart 1995, FF 1995 468, 570.

26. Ces comportements des entreprises en position dominante sont illicites d'après l'art. 7 al. 1 LCart, pour autant qu'ils ne soient pas justifiés par des raisons commerciales légitimes (ou soi-disant *legitimate business reasons*). L'abus de position dominante peut être sanctionné en vertu de l'art. 49a al. 1 LCart.

27. En ce qui concerne les **marchés pour la distribution de véhicules neufs**, il faut partir du principe qu'AMAG ne dispose pas de position dominante. Par conséquent, il n'y a **pas d'indices de pratiques abusives** au sens de l'art. 7 al. 1 LCart dans ces marchés.

28. En ce qui concerne les **marchés de la fourniture de services après-vente et de la vente de pièces de rechange**, aux fins de la présente enquête préalable il est possible de considérer de manière provisoire qu'AMAG pourrait bénéficier d'une position dominante sur ces marchés. Avec son système de rabais et de bonus dans le secteur du service après-vente, AMAG encourage ses acquéreurs au moyen d'une prime à se fournir auprès d'elle pour toutes les catégories de pièces de rechange. Il n'est pas possible d'exclure qu'AMAG **abuse de sa position dominante en limitant les débouchés** au sens de l'art. 7 al. 2 let. e LCart et/ou **en imposant des affaires liées** au sens de l'art. 7 al. 2 let. f LCart.<sup>18</sup>

### C.3 Résultats et mesures proposées

29. Il existe des **indices de restrictions illicites à la concurrence au sens des art. 5 al. 1 et 7 LCart** qui pourraient conduire à l'ouverture d'une enquête selon l'art. 27 LCart. Afin de supprimer ou empêcher les restrictions de concurrence en question, le Secrétariat propose à AMAG les mesures suivantes au sens de l'art. 26 al. 2 LCart:

- **Planification du réseau de distribution:** AMAG informe ses concessionnaires de manière anticipée, transparente et complète sur la restructuration du réseau de distribution et sur les conséquences qui en résultent à chaque concessionnaire.
- **Admission en tant que simple réparateur:** AMAG informe ses concessionnaires actuels qu'il est encore possible d'exercer sa propre activité en tant que simple réparateur agréé d'AMAG (art. 16 let. a CommAuto). Il informe tous les concessionnaires et réparateurs auxquels le contrat de distribution ou de service après-vente a été résilié sur les critères qui doivent être remplis afin de pouvoir obtenir un nouveau contrat de service après-vente et pour être admis en tant que réparateur agréé dans le réseau d'AMAG (N 22 ss Note explicative CommAuto). AMAG indique par écrit les motifs pour lesquels un réparateur qui remplit les critères n'est pas admis à son réseau de réparateurs agréés.
- **Multimarquisme:** AMAG informe tous les concessionnaires actuels et futurs qu'ils sont libres de vendre ou d'effectuer des services de réparation sur des véhicules et d'utiliser des pièces de rechange de fournisseurs concurrents (art. 18 CommAuto et N 43 ss Note explicative CommAuto).
- **Politique de prix et conditions commerciales concernant la distribution de véhicules neufs:** Le Secrétariat a pris connaissance du fait que dès le 1<sup>er</sup> janvier 2018 les branches d'activités AMAG Import et AMAG Retail sont confiés à deux personnes juridiques distinctes. Afin d'éviter une atteinte abusive au préjudice des concessionnaires, les mesures suivantes doivent être prises:

---

<sup>18</sup> Cf. DPC 2014/4, 688, N 130 ss, *Preispolitik und andere Verhaltensweisen der SDA*; Évaluation de la Commission Européenne sur le REC Automobile de 2008, p. 9 sv., disponible sous: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/2/2008/DE/2-2008-1946-DE-1-1.Pdf>.

*Objectifs de vente:* AMAG établit les objectifs de vente avec ses concessionnaires sur la base d'un accord écrit. AMAG tient compte du potentiel de chaque concessionnaire, en particulier des chiffres d'affaires réalisés et de la demande future attendue.

*Actions et modèles à marge réduite:* Les établissements d'AMAG Retail ne lancent plus d'actions ou de modèles à marge réduite qui d'un point de vue économique, en raison d'une éventuelle subvention croisée par AMAG Import, peuvent être offerts seulement par les garages AMAG Retail.

*Leasing:* AMAG informe les concessionnaires qu'ils sont libres de participer aux actions d'AMAG Leasing.

*Ventes de flottes:* AMAG renonce à fixer des conditions de flottes qui sont rentables seulement pour les garages AMAG Retail, en raison de leur appartenance au groupe AMAG. En particulier, AMAG renonce à faire bénéficier ses clients de flottes de meilleures conditions par rapport à celles qui sont offertes à ses concessionnaires. Les recommandations sur les rabais pour les clients flottes doivent être supprimées. Les accords-cadres et les contrats-cadres concernant les ventes de flottes doivent être formulés de la sorte que l'acquisition de véhicules est possible soit auprès des garages AMAG Retail et des concessionnaires.

- **Restriction de l'acquisition de pièces de rechange:** AMAG informe ses concessionnaires qu'ils sont libres d'acquérir des pièces de rechange originales ou de qualité équivalente auprès du fournisseur de leur choix et d'utiliser ces pièces dans le cadre des services d'entretien et de réparation. AMAG adapte son système de rabais et de bonus dans le secteur du service après-vente, de sorte qu'AMAG n'encourage pas ses acquéreurs au moyen d'une prime à se fournir auprès d'elle pour toutes les catégories de pièces de rechange.
- **Données clientèles, rapports et système d'information:** AMAG garantit que les informations sur la situation financière et bénéficiaire obtenues par ses concessionnaires seront utilisées uniquement en interne et que ces informations ne seront pas transmises ou rendus accessibles à AMAG Retail ou à d'autres concessionnaires. AMAG assume la responsabilité en cas de transmission erronée de données clientèle et devra verser une indemnité appropriée aux concessionnaires qui ont subi un préjudice.

30. Pour autant qu'AMAG mette en œuvre ces mesures, les autorités de la concurrence renoncent pour des motifs de proportionnalité à ouvrir une enquête selon l'art. 27 LCart. Etant donné que l'enquête préalable a révélé des indices de restrictions illicites à la concurrence, une partie des coûts de procédure est à la charge d'AMAG.