

Les revendeurs par



PHILIPPE KOENIG

Président d'Auto IES

« Nous sommes impliqués plus en amont dans la démarche des marques. »



Régulateurs du marché automobile européen, les distributeurs indépendants de véhicules voient leur rôle reconnu par les constructeurs et par Bruxelles.

Le marché gris en chiffres

- Déstockeurs: 20 000 *
- Mandataires: 15 000 *
- Contrôle d'achat: 16 000 *

* Nombre de véhicules neufs en France en 2006

Le marché gris de l'automobile n'est pas encore en pleine lumière. Mais il sort de l'ombre. Venus de toute l'Europe, plus d'une centaine de négociants en véhicules neufs et d'occasion, de mandataires et leurs fournisseurs s'étaient donné rendez-vous les 10, 11 et 12 mai à Nice. Soucieux de faire prospérer leur activité en toute légalité, ces hommes d'affaires ont confronté leurs visions de l'avenir. Et parler business.

Le congrès annuel de leur organisation, l'Association des distributeurs européens indépendants de véhicules (EAIVT*), est un moment d'échanges et de rodage d'un lobby. Activateurs de concurrence, les négociants et mandataires ainsi que les opérateurs d'Internet ont été considérés avec une extrême bienveillance par la Commission européenne, qui a vu en eux un instrument pour pousser à l'harmonisation des tarifs des voitures neuves au sein de l'Union. À Nice, la présence de John Clark, de la direction de la concurrence de la Commission, démontre que l'intérêt de Bruxelles pour « ces

aiguillons de la compétition commerciale » n'a pas faibli. Pour les marques, ils deviennent souvent des alliés objectifs même s'ils font gémir leurs réseaux officiels.

« Notre rôle de régulateur est mieux reconnu par les constructeurs eux-mêmes, se félicite Philippe Koenig, membre de l'EAIVT et président cofondateur d'Auto IES, l'une des plus importantes sociétés de négoce via Internet en France (lire encadré),

tombe en partie le masque dans cette période de vaches maigres. En Belgique, la marque n'hésite plus à livrer directement trois sociétés de négoce qui sont tenues d'écouler ces véhicules neufs hors du pays, la France devenant une destination favorite. Auparavant, il passait par le biais de sociétés « écrans ». De son côté, Citroën, qui ne voulait pas entendre parler de ces intermédiaires, a tout fait pour étouffer ce mar-

« Il faut que coexistent des canaux plus légers pour faire baisser les prix »

« Il y a quelques années, nous jouions un rôle curatif pour absorber les surplus de leur offre. Aujourd'hui, nous sommes impliqués plus en amont dans la démarche des marques, notre rôle est devenu préventif ».

Tous les constructeurs cependant ne considèrent pas ces intermédiaires avec le même intérêt. Renault qui, discrètement, utilise leurs bons et loyaux services depuis des années,

ché parallèle, menaçant ses distributeurs tentés de l'alimenter. Mais la marque aux chevrons vient de perdre un procès contre un concessionnaire d'Anvers qu'elle avait mis à mal parce qu'il fournissait des mandataires. La nouvelle direction de Citroën semble avoir abandonné cette politique répressive dans son réseau, et aurait présenté des excuses à son distributeur.

allèles en plein essor



AJUSTEMENT Les distributeurs indépendants corrigent les erreurs de prévision des marques, et, plus rapidement qu'elles, ils déplacent l'offre vers la demande.

AUTO IES se rapproche de ses acheteurs

Membre actif de l'Association des distributeurs européens indépendants de véhicules (EAIVT), le négociant mandataire Auto IES a vendu l'année dernière 7 600 véhicules, dont 40 % à des professionnels, notamment étrangers, et 60 % à des particuliers. Sur son site Internet, il récupère chaque mois 10 000 adresses de clients potentiels dont 350 à 400 concrétisent l'achat. En s'appuyant sur son logisticien, ce distributeur indépendant compte porter ses points de livraison de 2 à 7 d'ici à la fin de 2007. Pour développer et entretenir des relations avec ses clients et ses fournisseurs, la société mise sur sa vitrine « auto.ies.com » pour la France et sur des sites Web en anglais, en espagnol, en portugais et en italien, hors de nos frontières.

La Commission européenne, qui avait déjà fortement verbalisé le groupe Volkswagen pour entraves aux ventes transfrontalières, reste vigilante. Il n'empêche, certaines marques continuent, par de subtiles pressions, d'empêcher leurs concessionnaires de vendre par mandats. « Sans les pressions de ces constructeurs, ces ventes auraient été bien plus importantes en 2007 qu'elles n'ont été en 2006, déplore Philippe Koenig. Je regrette par exemple de ne pas pouvoir obtenir des véhicules de certaines marques comme Toyota. »

Rôle grandissant

Remarquons toutefois que contrairement à certains constructeurs aux abois, la marque japonaise rencontre peu de difficultés pour vendre ses véhicules. Ses concessionnaires ne sont donc pas enclins à répondre favorablement aux sollicitations des mandataires.

Même si les écarts de prix en Europe se sont amoindris ces dernières années, les mandataires et négociants sont convaincus

qu'ils joueront un rôle grandissant. « Les distributeurs indépendants constituent pour les constructeurs des forces de secours qui permettent de corriger leurs plans irréalistes de production, affirme Harry Sanne, secrétaire général de l'EAIVT. Après 2010, nous sommes certains que, pour nous, des portes s'ouvriront auprès des constructeurs. »

« Un jour, sans doute dans trois ans, dans le cadre d'un nouveau règlement, les constructeurs et les importateurs pourront, sans artifice, vendre à des distributeurs indépendants », ajoute un congressiste de Nice. Face à Bruxelles, l'argumentaire politique de l'EAIVT est déjà rodé : « Dans l'intérêt des consommateurs – et de ses adhérents – un système de distribution ne doit pas généraliser des standards coûteux. C'est pourquoi, il faut que coexistent des canaux plus légers pour faire baisser les prix. » Dans la campagne de lobbying qui va commencer pour – ou contre – le règlement d'exemption, les distributeurs indépendants risquent bien de jouer les trouble-fête.

Jean-Pierre Genet

(1) European association of independent vehicle traders

LES DISTRIBUTEURS INDÉPENDANTS EN QUÊTE DE RECONNAISSANCE

■ Association européenne des distributeurs indépendants, l'EAIVT regroupe des négociants, des revendeurs et des mandataires. Fondée en 1995, elle revendique plus de 200 membres dans 22 pays vendant un total de 250 000 véhicules par an dont les deux tiers sont des voitures neuves. « Entraîner le marché par les connexions. Impliquer les gens. » Son slogan résume l'approche de ses adhérents.

Les connexions, ce sont celles qui, sur Internet, présentent aux clients une offre dénichée sur tout le Vieux Continent. Ce seront aussi les liens que ces hommes d'affaires établiront entre eux et avec leurs fournisseurs. Dès juillet, les adhérents de l'association disposeront d'une plate-forme d'échanges d'information, puis ils pourraient constituer une centrale d'achat. Sentant jadis le soufre, du fait de leur rôle occulte et à cause des brebis galeuses qu'elles comptaient dans leurs rangs, ces professions voient leur rôle mieux reconnu. Mais il a fallu faire le ménage. « Nous n'accueillons en notre sein que des individus qui ont des pratiques saines. Sont notamment exclus tous ceux qui utilisent des combines pour échapper à la TVA. Notre formule de parrainage permet d'éviter toute dérive », assure Philippe Koenig, adhérent français.