

commerce

✓ En bref

■ PIÈCES CAPTIVES

Bruxelles va rouvrir le dossier. Renault reconnaît que le marché des pièces captives, actuellement, sous le contrôle des constructeurs et qui reste pratiquement fermé à toute concurrence, va devoir s'ouvrir. Il est favorable à un système de protection des dessins et modèles d'une durée raisonnablement limitée. Face à la commission de Bruxelles qui devrait rouvrir ce dossier, le constructeur entend notamment insister sur l'importance de la sécurité des pièces et sur les risques pour l'emploi en Europe de l'afflux d'unités fabriquées, par exemple, dans le sud-est asiatique.

■ **SERVICES Vincent de Laurens, «manager» de concessions.** Ancien vice-président et directeur de Nissan France, Vincent de Laurens a créé une



société, VDL-Management, qui propose ses services aux concessions ou aux groupes de distribution. Lorsqu'un distributeur rachète une affaire, VDL-Management peut en assurer pendant une courte période, la direction. Elle peut, dans d'autres cas, accompagner de jeunes directeurs de concessions. Temporairement, elle est à même de remplacer un patron qui tomberait malade. Avant son entrée chez Nissan, Vincent de Laurens a également été directeur de Volvo France ainsi que directeur général d'une concession Renault au Luxembourg.

■ DEVELOPPEMENT Kia s'implante en Slovaquie.

Le constructeur coréen a choisi le site de Zilina, dans le nord-ouest de la Slovaquie pour y construire une usine d'ici à 2006. Celle-ci devrait produire 200 000 voitures par an et emploiera 2 400 personnes. L'investissement prévu atteint 700 millions d'euros.

DISTRIBUTION Le rôle caché des

Officiellement honnis des constructeurs, les mandataires peuvent leur être précieux : ils huilent les rouages parfois grippés de la distribution d'automobiles.

Les temps changent. Des filiales d'importation de grandes marques européennes s'adressent à des mandataires pour écouler hors du pays d'importants surplus de voitures neuves, quitte à fâcher les filiales des pays où sont exportés ces véhicules. Ponctuellement, certains constructeurs achètent même des bandeaux de publicité sur les sites Internet de mandataires. Pourtant, ces « officines » restent considérées comme les parasites des réseaux de distribution et la majeure partie des concessionnaires voit en elles des rivaux susceptibles de les déstabiliser.

Officiellement, les constructeurs ne peuvent pas moins faire que soutenir leurs distributeurs face à ces concurrents. Pourtant, derrière ces apparentes détestations, se cache parfois une étrange alliance objective.

L'un des premiers objectifs du constructeur est de faire tourner ses usines au maximum de leurs capacités. Calibrées pour répondre à un marché préalablement évalué, les unités de production risquent de tourner à vide lorsque les ventes reculent où quand la nature de la demande a été mal estimée. En général, la prévision globale d'un constructeur pour l'ensemble du marché européen s'écarte assez peu du marché effectif. En revanche, au niveau local, les différences peuvent être assez considérables entre la réalité du marché et les prévisions (qui servent à déterminer les quotas de vente des

concessionnaires distributeurs). Souvent, ces écarts ne concernent pas seulement le volume global attribué au concessionnaire, mais également le mix (répartition des différentes versions et motorisations). Conséquence : le concessionnaire dispose en stock ou en livraison « forcée » de véhicules qui ne trouveront pas preneur. Ne pas vendre son quota alloué, signifie la perte de primes qui peuvent représenter, dans certains cas, jusqu'à la moitié de sa marge. Il sera donc tenté, par tous les moyens, d'écouler le volume qui lui est attribué.

Les intermédiaires permettent de mieux ajuster l'offre à la demande

Première solution : le concessionnaire immatricule lui-même, sur parc, sans avoir de client final. Il fabrique des véhicules dits « de démonstration » qui n'ont de démonstration que le nom. Il devra alors se débarrasser très vite de ces fausses voitures d'occasion. Il peut en céder des lots entiers à un revendeur. Le constructeur en théorie ne peut pas le lui interdire puisqu'il ne s'agit plus d'automobiles neuves (dans son règlement, Bruxelles a oublié de définir ce qu'est un véhicule neuf). Même si ces véhicules sont revendus à prix coûtant, le concessionnaire



et trouvera son compte à condition qu'ils soient recommercialisés loin de sa zone de chalandise.

Seconde solution : le concessionnaire s'adresse à un mandataire, susceptible de générer rapidement un nombre important de commandes pour ses véhicules neufs. Avec la bénédiction de son concédant national si les véhicules quittent le pays. A l'inverse, dans certains cas, il est ravi de pouvoir recourir au mandataire pour trouver les véhicules demandés par ses clients que sa marque n'est pas à même de fournir rapidement.

En d'autres termes, les mandataires permettent de mieux ajuster l'offre à la demande. Cette fonction nouvelle ne cesse d'être confortée grâce à Internet. Les plus importants et les mieux structurés d'entre eux, comme Carplus en Allemagne ou Auto-IES en France disposent au travers de leurs sites web (à vocation nationale ou internationale) d'un important carnet de contacts. Ils bénéficient ainsi d'une vision globale de ce qu'attendent les clients et de ce que proposent les différents concessionnaires. Abominables parasites lorsque tout va bien, ils se transforment en utiles régulateurs lorsque le marché n'a pas répondu aux attentes.

Qu'est-ce qu'un mandataire ?



Le mandataire achète, pour un client qui lui confie un mandat, des véhicules neufs chez un concessionnaire, de préférence le mieux-disant, ce qui l'amène à chercher des véhicules hors de l'Hexagone, dans les pays où les prix hors taxe sont les plus faibles. Cet intermédiaire est souvent également un revendeur de véhicules très récents. Il est sorti de l'ombre en 1991, lorsque Bruxelles a voulu clarifier son rôle suite à un conflit qui opposait le mandataire Ecosystème à Peugeot. Au travers du dernier règlement sur la distribution d'automobiles, la Commission européenne lui a donné davantage de marge de manœuvre. Il peut désormais se procurer plus de véhicules auprès d'un même concessionnaire. Au grand dam des constructeurs. En privé, les marques d'automobiles lui reconnaissent pourtant quelques vertus. Et que dire de certains concessionnaires et de groupes de distribution qui écoulent chaque année grâce à lui quelques milliers de véhicules !

