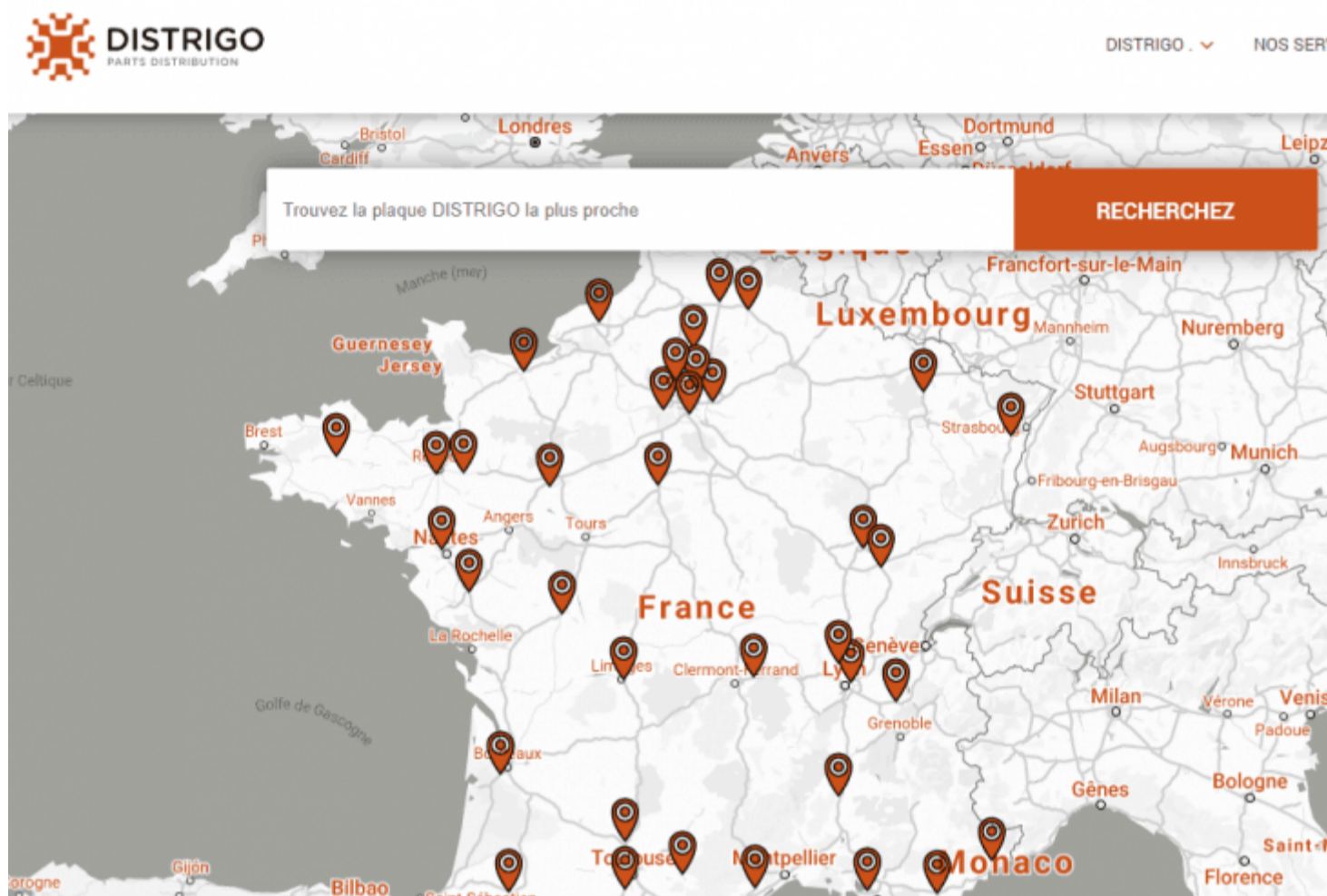


Analyse - 17/02/2022

Résiliation des distributeurs PR Distrigo : quelles peuvent être les motivations de Stellantis ?

Dans une note qu'il nous a communiquée, **Patrice Mihailov**, avocat spécialisé dans la distribution automobile détaille les raisons qui poussent Stellantis à résilier les contrats des plateformes de distribution PR (Dopra). Il pointe notamment une nécessité de les mettre en conformité avec la pratique.



Auteur : Florence Lagarde

Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

A son arrivée à la tête de PSA, **Carlos Tavares** a donné consigne de faire feu de tout bois pour augmenter le chiffre d'affaires du groupe et sa base client. Dans la pièce de rechange cette stratégie a conduit à une refonte totale de la distribution des PR aux réseaux de concessions, agents et réparateurs indépendants. S'en suit en 2015 la résiliation des contrats de distribution pièces de rechange dans les réseaux Citroën et Peugeot et l'intégration du site Mister Auto dans la nouvelle stratégie après-vente de PSA. Dans le même élan, le constructeur abolit les frontières avec la rechange indépendante devenant également à son tour distributeur de la pièce d'équipementiers.

Après une étape de négociation avec ses distributeurs, PSA impose son nouveau modèle et le statut de Dopra (distributeur officiel de pièces de rechange et accessoires) au réseau Peugeot et Citroën. Il est ensuite étendu au réseau Opel et va donc l'être aux réseaux Fiat, Alfa Romeo et Jeep.

Arrive donc une nouvelle étape avec la résiliation le 8 février dernier de l'ensemble des contrats des plateformes de distribution PR auxquels les distributeurs Stellantis ne s'attendaient pas. *"Les distributeurs ne s'y attendaient pas parce que ce système de plaque qui prend en compte la dimension logistique est rationnel. Il fonctionne très bien"*, nous explique **Patrice Mihailov**. *"Ce que les distributeurs n'ont pas perçu c'est que le contrat tel qu'il est rédigé n'est pas conforme à la pratique et à l'évolution du modèle."*

Par exemple, relève Patrice Mihailov, le contrat de Dopra ne concerne que les pièces d'origine alors que depuis se sont ajoutés des pièces de qualité équivalentes sourcées par le constructeur.

Plus généralement, l'avocat estime que l'intention du constructeur est de se positionner *"en contrôleur d'accès au marché constitué par l'écosystème"* pour capter plus de valeur. Les nouveaux contrats auraient pour rôle de faire en sorte qu'il soit plus difficile (voire impossible ?) pour les distributeurs de s'approvisionner directement auprès des équipementiers.

Compte tenu du contexte, l'avocat estime que les distributeurs, otages de leurs investissements n'auront guère de marges de manœuvre dans cette nouvelle négociation. Le constructeur risque cependant d'être confronté *"au découragement et à la perte d'une partie de ses partenaires historiques, qui pourraient disparaître purement et simplement, ou s'orienter vers de nouveaux partenariats plus prometteurs, pour ceux qui seront en mesure de se reconverter"*.

Nous publions ci-dessous l'intégralité de l'analyse de Patrice Mihailov.

Pourquoi Stellantis a-t-il résilié les contrats Dopra (Distributeur Officiel de Pièces de Rechange et Accessoires) du réseau Distrigo ?

Quelques éléments de réponse, dans une approche prospective.

Les motifs invoqués par le constructeur résident dans la volonté d'élargir le champ du contrat à toutes les pièces de rechange de Stellantis, de prendre en compte l'évolution de la distribution, le développement des ventes en lignes et bien entendu, la teneur des futurs règlements européens.

C'est plutôt vague.

Orienter l'offre et la demande vers l'écosystème

On peut imaginer que le constructeur souhaite élargir son offre, pas seulement aux pièces d'origine FCA, mais à toutes les gammes de la pièce de rechange, ajoutant aux pièces d'origine les pièces de qualité équivalente, y compris les pièces recyclées.

Au-delà de l'amélioration du catalogue proposé aux distributeurs, il s'agit de canaliser vers l'écosystème du constructeur, la proportion la plus importante possible de l'offre des équipementiers.

De sorte qu'il soit plus difficile pour le distributeur de s'approvisionner auprès des équipementiers directement, en admettant qu'il en ait effectivement la possibilité.

En parallèle, le contrôle des données personnelles des utilisateurs finals doit permettre d'orienter la demande vers l'écosystème.

La connexion du véhicule, la généralisation des extensions de garantie et contrats d'entretien, ainsi que le développement de la location longue durée renouvelée tout au long de la vie du véhicule, sont autant de moyens de réserver la demande aux fournisseurs qui appartiennent à l'écosystème.

Le constructeur entend également développer un canal de vente directe, qui lui permette d'intégrer à l'écosystème des utilisateurs et des réparateurs indépendants, qui n'ont pas spontanément vocation à y entrer.

C'est le sens de la reprise de la plateforme multimarques Mister Auto, ainsi que de l'accord passé dernièrement avec le réseau des réparateurs indépendants Feu Vert.

Le constructeur, qui se positionne en contrôleur d'accès au marché constitué par l'écosystème, est en position d'être mieux rémunéré par l'ensemble des acteurs, qu'il le serait dans le cadre de son activité traditionnelle de vendeur ou de revendeur.

Réorganiser les contrats Dopra

Dans la perspective qui vient d'être ébauchée, on peut s'attendre à ce que le futur contrat Dopra intègre non seulement les pièces d'origine et la gamme Eurorepar, mais également les pièces de qualité équivalente, le plus largement possible.

En effet, bien que des pièces d'équipementier de qualité équivalente soient d'ores et déjà vendues par le constructeur aux distributeurs, ce négoce n'est pas prévu par l'actuel contrat Dopra.

Par ailleurs, ce contrat est multimarques, construit sur le modèle de la distribution sélective et conformément à l'approche de la Commission, prévoit de ne pouvoir exiger que soit réservé au constructeur plus de 30 % des achats du distributeur (*).

Il semble cependant qu'en pratique, l'obligation d'achat soit entendue de manière absolue et on peut craindre un assouplissement de la position de la Commission qui autoriserait le constructeur à introduire un dispositif plus coercitif dans son prochain contrat.

Le futur contrat peut également intégrer une clause aménageant au constructeur la faculté de ventes directes, dans le cadre d'une démarche omnicanale puisque l'expression et le concept sont à la mode.

Ce contrat intégrera probablement un dispositif relatif à la gestion des données personnelles des clients des distributeurs, qui sont d'ores et déjà communiquées au constructeur, mais dans la limite de finalités réduites, qui pourraient être substantiellement élargies.

Ces deux derniers points sont encore soumis à l'inconnue du prochain règlement général d'exemption, bien que les constructeurs paraissent être parvenus à obtenir de la Commission qu'elle lève les restrictions qu'elle envisageait de faire peser sur la distribution duale.

Il est également probable que l'activité des distributeurs soit plus étroitement encadrée, en vue de réduire de facto la possibilité d'une activité multimarques, par exemple par l'introduction d'exigences minima de référencement, la fixation d'objectifs annuels de vente ou par l'exigence d'un stockage séparé.

Enfin, le contrat pourrait encore inclure un dispositif tendant à contrarier le déploiement d'activités hors écosystème, en interdisant en droit ou en fait l'exploitation d'un site Internet autonome ou l'utilisation de plateformes tierces.

Conséquences et risques

La mise en œuvre brutale d'une nouvelle clé de répartition de la valeur, sans rencontrer d'opposition sérieuse, risque d'affecter l'ensemble des parties concernées :

- les équipementiers perdront une part de la liberté dont ils jouissent dans l'*aftermarket* et sur ce terrain, risquent d'être soumis aux mêmes contraintes que celles que le constructeur applique aux fournisseurs de première monte : divulgation de leurs coûts et marges, définition de leur rémunération au plus juste, dans une mesure qui pourrait avantager le constructeur dans la concurrence avec la distribution indépendante ;
- les distributeurs, qui sont et demeureront otages de leurs investissements, devront composer avec les ventes directes des constructeurs, sans pouvoir compenser la perte de chiffre d'affaires par la diversification de leur activité ;
- les réparateurs seront doublement pénalisés, d'une part par la concurrence de nouveaux acteurs et la réduction corrélative de leur chiffre d'affaires, d'autre part par la réduction de leur marge, conséquence de leur positionnement en qualité de sous-traitant du constructeur dans l'exécution des contrats d'entretien ;
- les utilisateurs supporteront *in fine*, comme ils l'ont toujours fait, le coût des prélèvements opérés par le constructeur, qui se répercutera sur l'ensemble de la chaîne.

Le constructeur paraît lui-même exposé au risque de devoir se confronter au découragement et à la perte d'une partie de ses partenaires historiques, qui pourraient disparaître purement et simplement, ou s'orienter vers de nouveaux partenariats plus prometteurs, pour ceux qui seront en mesure de se reconvertir.

(*) *article 1.1.b) du règlement n° 1400/2002 et Brochure explicative, point 4.5.1.*