

Réseaux - 16/05/2022

VBER : les dispositions du règlement européen bien accueillies par les réseaux

Les nouvelles dispositions du règlement européen d'exemption des accords de distribution adopté par la Commission européenne le 10 mai ont été plutôt bien accueillies par l'organisation professionnelle représentant les distributeurs. Précisions de Mobilians et de Marc Bruschet, président de la branche distributeurs VP.



Auteur : Florence Lagarde

Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

"Mobilians se félicite d'avoir été suivi dans certaines de ses préconisations, telles que les plateformes hybrides ou l'architecture de la rémunération des futurs agents", écrit l'organisation professionnelle dans un communiqué.

[Comme nous l'expliquions dans un précédent article](#), les nouveautés pour le secteur de la distribution automobile de ce règlement général se concentrent sur quatre points dont trois sont [dans le règlement](#) (la double distribution, le double prix et les plateformes hybrides) et un [dans les lignes directrices](#) (rémunération des agents).

Si l'on veut distribuer les points entre constructeurs et distributeurs, on peut considérer que sur les trois principales dispositions nouvelles de ce règlement, les constructeurs gagnent le premier (la double distribution), match nul sur le deuxième (le double prix) et les réseaux gagnent le troisième (les plateformes hybrides). Concernant la prise en charge des coûts de distribution et la rémunération des agents, ce sont les réseaux qui marquent le point.

"C'est la première fois depuis plus de 10 ans que a minima nous sommes entendus par la Commission européenne et un peu écouté", nous a dit **Marc Bruschet** qui a été un des animateurs avec **Christian Digoin** de la commission Europe de Mobilians et qui a travaillé ce sujet.

La double distribution, c'est le cas (très fréquent dans la distribution automobile) où le fournisseur vend en direct à client final (grands-comptes, succursales et Internet) et se trouve en concurrence avec son réseau. "La Commission avait jusqu'à présent toujours exempté sans aucune limite ces ventes directes en considérant qu'elles n'avaient pas d'effet négatif sur la concurrence", rappelle Mobilians dans son communiqué. Ce n'est que récemment avec la hausse des volumes des ventes directes des constructeurs (qui sont appelées à se développer encore plus dans les années qui viennent) que la Commission européenne a identifié un risque pour la concurrence avec les échanges d'informations entre entreprises concurrentes. "Nous aurions aimé un dispositif de limitation des ventes directes au-delà d'un certain pourcentage, nous n'avons pas du tout été entendus", reconnaît Marc Bruschet. Le dispositif retenu par la Commission consiste donc à encadrer les échanges d'informations en les limitant à celles directement liées à la mise en œuvre de l'accord vertical et nécessaires pour améliorer la production ou la distribution des biens ou services contractuels. Il y aura sûrement des débats sur l'interprétation des informations qui sont possibles ou pas.

Le double prix, c'est la possibilité pour les constructeurs d'avoir un prix de gros différent en fonction du canal de vente : plus cher si le véhicule est vendu sur Internet, moins cher s'il est vendu en magasin pour tenir compte de la nécessité de rentabiliser des investissements plus importants. Il faudra cependant rappeler Mobilians dans son communiqué que *"la différenciation du prix de gros soit justifiée au regard du niveau des investissements requis pour vendre respectivement en ligne ou hors ligne, et que la différence de prix ne compromette pas la rentabilité ou la viabilité des ventes en ligne"*. *"Un prix différent pour les ventes physiques ou digitale, cela ne nous dérangeait pas à condition que les distributeurs soient toujours en mesure de faire le même prix que les fournisseurs pour les ventes en ligne"*, nous a dit Marc Bruschet. *"Sur ce point nous avons été écouté mais pas entendu."*

Les plateformes hybrides ce sont les sites internet des fournisseurs sur lesquels ils vendent des biens ou des services en concurrence avec leur réseau. Dans le règlement, les fournisseurs qui en possèdent ne bénéficient pas de l'exemption automatique. La Commission a beau préciser dans une note explicative que cette disposition se rapporte au Digital Market Act qui vise à encadrer l'activité des plateformes des Gafa, le texte du règlement s'applique à toutes les entreprises qui prendraient un risque juridique à passer outre, **comme le souligne Joseph Vogel dans son commentaire.**

"L'interdiction des plateformes hybrides, c'est important, pas tellement pour maintenant mais pour l'avenir. Les constructeurs vont monétiser la donnée avec des avenants RGPD. Carlos Tavares dit clairement que la monétisation des données sera un centre de profit significatif. Cela ne me gêne pas à condition qu'il rémunère les concessionnaires. Ce point est vraiment important et c'est une victoire", nous a dit Marc Bruschet.

L'encadrement des contrats d'agence ou de commission, c'est peut-être le point le plus décisif marqué par le lobbying des réseaux. *"L'une des principales raisons qui poussent les constructeurs à vouloir recourir à de tels contrats est la volonté de maîtriser le prix de vente au détail des véhicules neufs pour pratiquer une politique de prix net, en mettant fin à la concurrence intramarque entre distributeurs et aux remises accordées aux clients"*, rappelle le communiqué de Mobilians.

L'organisation professionnelle précise que cela concerne des contrats d'agence dans lesquels il y a, soit facturation directe du client par le constructeur, soit facturation par le commissionnaire mais pour le compte et au prix indiqué par le constructeur. Ce contrat permet d'échapper à l'interdiction du prix de revente au détail imposé *"à la condition que l'agent ou le commissionnaire ne soit plus un intervenant indépendant assumant les risques de son activité, mais un "auxiliaire" du fournisseur/constructeur pour la commercialisation des véhicules neufs, ne supportant aucun "risque financier ou commercial" à ce titre"*, précise le communiqué de Mobilians.

"Ce qui nous intéresse, c'est l'encadrement du contrat d'agent, qu'on l'appelle agent commercial ou agent commissionnaire", nous a dit Marc Bruschet. *"Un point majeur qui était déjà dans le projet et qui est réaffirmé dans les lignes directrices est que l'agent ne doit prendre aucun risque commercial et financier. Tous les investissements qui sont faits ou ont été faits pour le commerce de véhicule neuf et pas seulement les investissements spécifiques pour la marque doivent être remboursés. Cette différence entre les investissements nécessaires pour la vente VN et les investissements spécifiques, c'est fondamental."* Par exemple, cela signifie que le carrelage de la surface de vente doit être remboursé à l'agent même si ce n'est pas un carrelage spécifique à la marque.

Le deuxième point fondamental c'est l'architecture de la rémunération de l'agent qui doit être distincte de la prise en charge des investissements et des coûts. *"Dans le projet initial, la Commission laissait la liberté au constructeur de définir la méthode et elle n'était pas contre une somme globale à titre de forfait pour le remboursement des coûts directs et de la rémunération de l'activité d'intermédiation. Nous leur avons dit que cela n'était pas possible et qu'il fallait vraiment deux blocs parce que les deux n'avaient pas le même objectif et la même méthode de valorisation"*, nous a dit Marc Bruschet. Les concessionnaires ont été entendus sur ce point puisque les lignes directrices distinguent d'une part, les montants qui sont destinés à couvrir les coûts de distribution et d'autre part, la rémunération de l'agent pour l'activité de mise en relation avec un client final.

Enfin, le règlement tient compte des situations mixtes où l'activité reste sous le régime de distribution sélective quantitative, pour une partie et avec un contrat d'agence, pour une autre. *"Les constructeurs peuvent faire ce choix d'avoir deux systèmes mais dans ce cas la partie agence est soumise aux mêmes obligations : les coûts seront pris en charge au prorata du chiffre d'affaires ou de la surface d'exposition pour les véhicules qui sont distribués dans le cadre d'un contrat d'agence et ces prorata devront être évolutif"*, explique Marc Bruschet.

Ces précisions sont particulièrement importantes alors que plusieurs constructeurs automobiles négocient actuellement des contrats d'agence avec leur réseau et elles *"ont été intégrées suite aux observations formulées par Mobilians et le Cecra lors du processus de consultation mené par la Commission européenne"*, précise l'organisation professionnelle.