

Réseaux - 20/07/2022

Précisions avec Guillaume Couzy sur les nouveaux contrats Stellantis proposés aux réseaux fin 2022

En mai 2021, Stellantis a résilié l'ensemble des réseaux des marques du groupe avec un préavis de 2 ans. A la fin de l'année, il proposera un contrat de "Retailer" pour les marques DS, Alfa Romeo et la ventes des véhicules utilitaires pour tester le modèle d'agence avec une application en juin 2023. Les autres marques l'adopteront mi 2026 après trois ans d'un contrat de distributeur "classique". En parallèle, la restructuration à la suite du rapprochement PSA/FCA aura réduit de 15% le nombre d'investisseurs. Explications de Guillaume Couzy, directeur France de Stellantis.



Auteur : Florence Lagarde

Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

"Nous avons pris la décision de résilier le réseau avec un préavis long pour se donner le temps du travail en profondeur avec les représentants du réseau", a dit, lors d'un point presse, **Guillaume Couzy**, directeur de Stellantis France qui assure "de la volonté de dialogue et de co-construction" du constructeur.

Le préavis de 2 ans avait aussi pour objectif "d'offrir une opportunité de croissance aux opérateurs les plus performants", précise-t-il. Ainsi, dans la foulée de leur lettre de résiliation fin mai, chaque concessionnaire avait reçu quelques semaines plus tard dans le courant du mois de juillet une lettre d'intention les informant de la décision du constructeur : renommé sans condition, renommé sous condition ou résilié.

Si la concentration dans la distribution n'est pas propre à Stellantis, ce contexte l'a fortement accélérée. "En ce moment, il y a énormément de négociations en cours entre certains opérateurs. Nous avons maintenu la confidentialité sur nos décisions pour ne pas faire perdre de valeur aux fonds de commerce. Cela se passe de façon assez fluide avec les opérateurs", assure Guillaume Couzy.

Le résultat devrait aboutir à une baisse du nombre d'investisseurs dans les réseaux à 200 en 2023, soit -15%. "Dans un an, 80% des distributeurs seront multimarques sans baisse du maillage et des points de contacts avec les clients", a précisé Guillaume Couzy. "Entre 2021 et 2023 nous aurons multiplié par deux le nombre d'investisseurs Stellantis exploitant à la fois au moins une marque ex-FCA et au moins une marque ex-PSA. Ces investisseurs représenteront environ 50% des volumes."

S'il n'y pas réduction du maillage, cette concentration s'accompagne cependant d'une baisse des surfaces dans le but de baisser les coûts fixes (et aussi "l'empreinte CO2 du réseau", a souligné Guillaume Couzy) et d'accroître le chiffre d'affaires par point de vente avec les nouvelles marques. Cette baisse des surfaces n'a pas le même horizon avec une cible de -25% à -30% en juin 2026.

La discussion sur les contrats a d'abord portée sur *"la redéfinition du mode de fonctionnement opérationnel"*, a précisé Guillaume Couzy. *"Depuis fin 2021 nous avons demandé à 200 personnes de toutes fonctions, des investisseurs au chef des ventes, de travailler autour des processus de gestion des approvisionnements, des stocks, des reprises VO, du processus de facturation, du nouveau mode de représentation"*, détaille-t-il.

Les résultats de ces travaux sont en cours d'examen au siège avant retour auprès du réseau avec les choix du constructeur, a précisé le dirigeant. *"Dans les jours à venir nous aurons remis au réseau un premier draft pour analyse. Nous discuterons des critères à la rentrée"*, a précisé Guillaume Couzy. *"Nous aurons fini les réflexions en fin d'année pour une signature des contrats début 2023."*

Le groupe conservera deux statuts juridiques en parallèle. Un statut de distribution sélective qualitative et quantitative pour les marques généralistes jusque mi-2026 et un statut d'agent "Retailer" pour les marques DS et Alfa Romeo. Ce contrat d'agent sera également celui de l'activité VUL sur laquelle le groupe dépasse 40% de part de marché dans plusieurs pays et ne peut donc pas bénéficier de l'exemption du règlement sur cette partie. Le risque c'est de ne pas pouvoir appliquer un critère quantitatif, explique Guillaume Couzy. *"Nous voulons continuer à choisir nos partenaires. Compte tenu de notre part de marché, la sélection quantitative n'est plus possible. L'intérêt de choisir nos distributeurs est très structurant."*

Dans ce contrat de "Retailer" l'agent touche une rémunération fixe et une rémunération variable sur la qualité et le service. La rémunération sera aussi fonction *"des services rendus dans le processus d'achat"*, ce qui reviendra à commissionner l'essai ou la livraison séparément dans un parcours qui mixe digital et recours au site physique.

Stellantis proposera un commissionnement *"sur les ordres de grandeurs de la rémunération actuelle"*, a dit Guillaume Couzy qui n'a pas confirmé le chiffre de 5% qui avait été donné par la responsable des ventes Europe, **Maria Grazia Davino**, il y a quelques semaines lors d'un débat en Italie. *"Le réseau a été rassuré sur notre volonté d'assurer leur pérennité"*, a-t-il dit.

Pour respecter le droit européen qui a clarifié le statut d'agent dans les lignes directrices du nouveau règlement, le constructeur prend en charge *"les risques liés à l'activité"* : le stock, la logistique, la communication et les investissements spécifiques. *"Les investissements non amortis, c'est un sujet sur lequel on travaille"*, a dit Guillaume Couzy. L'agent Stellantis finance les installations nécessaires à la vente (bâtiments, show-room) et paye les vendeurs.

Dans le cadre du droit français, le statut du "Retailer" adopté par Stellantis est celui d'agent commissionnaire. L'agent conserve la facturation et *"il n'y a pas de transfert de fonds de commerce avec l'agent commissionnaire"*, a précisé Guillaume Couzy. Dans ce statut, l'agent reste indépendant, il partage des données clients avec le constructeur. Comme il n'y a pas de transfert de fonds de commerce il n'y a pas d'indemnité en cas de résiliation comme c'est le cas pour l'agent commercial (statut choisi par le groupe VW, par exemple).

L'un des principaux bénéficiaires de ce contrat d'agent "Retailer" pour le constructeur c'est le contrôle des prix (qui reste strictement interdit dans le cadre des contrats de distribution sélectif qualitatif et quantitatif du nouveau règlement). *"Nous voulons sortir de la négociation du prix avec un prix catalogue qui n'est pas pratiqué. Cette transparence est de nature à améliorer l'expérience client"*, explique Guillaume Couzy.

La différence actuellement entre prix catalogue et prix de transaction pour les ventes aux particuliers serait en moyenne chez Stellantis *"autour de 5 à 6%"* et avant crise *"dépassait 10%"*. Le statut d'agent "Retailer" démarre avec les marques premium en pilote parce que les prix de transaction y sont plus élevés et la part de financement en LOA y est également plus élevée.

Quel est l'intérêt des réseaux dans ce nouveau statut d'agent ? *"La rentabilité moyenne des réseaux selon les marques est d'environ 1%, plus pour les premium, comme c'est une moyenne les meilleurs font sensiblement mieux. Nous souhaitons maintenir une rentabilité assez proche avec moins de risques et moins de rémunération variable"*, répond le dirigeant.

Pour le véhicule d'occasion, le réseau perdra une part de son autonomie même si *"l'idée n'est pas de reprendre l'activité VO"*. *"Le modèle ne doit pas comporter de risque pour l'agent donc l'engagement de reprise sera élaboré par le constructeur. L'agent sera prioritaire pendant 24 à 48h, sinon c'est Stellantis qui le reprendra"*, précise Guillaume Couzy.

Pour le réseau secondaire (celui des agents actuels) Guillaume Couzy estime qu'ils seront plutôt gagnants avec une opportunité en après-vente de représenter plusieurs marques. Et cela d'autant plus que les critères de sélections seront plutôt en baisse pour permettre la baisse des coûts fixes. *"Sur la partie vente VN nous sommes encore en phase chantier, nous travaillons avec eux. L'ambition est que les agents puissent continuer à vendre et à être commissionnés par le retailer"*, explique Guillaume Couzy. *"Sur la partie réparation agréée il n'y aura pas de changement, sur la partie vente VN un retailer de référence les commissionnera."*

La question du niveau de stock sera l'un des sujets majeurs pour le constructeur qui devra en financer l'intégralité. *"Il y a 3 ans, le niveau de stock était de l'ordre de 1,2 à 1,3 mois entre la sortie usine et les points de vente, aujourd'hui nous sommes largement en dessous d'1 mois"*, précise Guillaume Couzy. *"La période de nous vivons est un formidable apprentissage pour travailler avec un niveau de stock réduit."* Le dirigeant ne donne pas de cible pour le niveau de stock dans le cadre d'un contrat "Retailer" : *"Nous sommes en train de le construire : quel niveau de stock, où sont-ils, quelle mécanique entre la production et la livraison."*

"Ce modèle sera plus vertueux, avec un "fair pricing", un réseau plus lean et plus efficient, c'est le pari que l'on fait", conclut Guillaume Couzy.

Quelle sera la mesure de réussite de cette transformation ? *"In fine, la mesure de la réussite sera le niveau de satisfaction client, le niveau de qualité délivré par ce nouveau système, notre capacité à être performant commercialement et en terme de part de marché. Notre objectif est d'être efficient dans la gestion du stock et du mode opératoire pour continuer à délivrer la meilleure expérience de"*

marque spécifique et fidèle à chacune dans des installations qui seront mutualisées. La transformation que nous faisons est majeure, elle ne peut pas se faire dans le statu quo et elle demande du temps", a résumé le dirigeant.