

autoactu.com

Réseaux - 27/11/2023 - #Renault , #Alfa Romeo , #Bmw , #Hyundai , #Geely , #Jeep , #Kia , #Mazda , #Mg , #Nissan , #Opel , #Peugeot , #Smart , #Fiat , #Ford , #Suzuki , #Stellantis , #Toyota

Contrat d'agent, les constructeurs moins pressés de sauter le pas

Par Florence Lagarde Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

Vous êtes abonné

Offrir cet article



Les constructeurs ont sous-estimé la difficulté de mise en œuvre des contrats d'agents pour commercialiser les véhicules neufs. La hausse des taux d'intérêt et des stocks rend le sujet encore plus délicat. En Autriche, la mise en œuvre du contrat d'agent pour toutes les marques de Stellantis a tourné au fiasco.

Quand les taux d'intérêt étaient nuls voire négatifs et que les stocks étaient très bas, le contrat d'agent est apparu aux constructeurs comme une solution idéale pour baisser les coûts de distribution et reprendre en direct la commercialisation des véhicules neufs. Ce que l'on a cru pouvoir durer n'était qu'une parenthèse. Ces derniers mois la reprise de la production, l'inflation, la hausse des stocks et la hausse des taux d'intérêt ont remis à l'honneur les fondamentaux.

Maintenant que les paramètres favorables à ce type de contrat d'agent se sont inversés, ce n'est plus une aussi bonne affaire. Et cela d'autant plus que, les constructeurs avançant sur le sujet se sont rendus compte que la valeur ajoutée des concessionnaires n'était pas aussi faible qu'ils

avaient pu le penser. Et qu'au-delà de l'aspect financier, la mise en œuvre concrète est complexe et nécessite d'importants investissements dans les systèmes informatiques.

*"Nous avons découvert que la mise en place était beaucoup plus complexe que ce que nous avions imaginé. Nous sommes pragmatiques et nous n'allons pas nous mettre en difficulté", nous a confirmé lors d'un entretien ce mois-ci **Gerrit Heimberg**, directeur de la marque Volkswagen sur le marché français depuis 2020 et qui a mené cette transformation pour la distribution de ses véhicules électriques. A ce jour, seulement deux modèles, l'ID Buzz et l'ID.7, sont distribués dans le cadre de ce contrat et les voitures à plus forts volumes, ID.3, ID.4 et ID.5, n'y ont pas basculé.*

Dans un entretien paru en juillet dernier, **Xavier Chardon**, président du groupe VW en France nous avait précisé : *"Passer tout d'un coup au contrat d'agent aurait été moins compliqué que de devoir gérer des systèmes différents mais objectivement cela aurait été trop dangereux. Nous avons choisi de prendre le temps de l'apprentissage du métier de concessionnaire."*

Dans le groupe Stellantis, l'un des plus motivés sur ce sujet, la mise en œuvre dans les pays pilotes a également connu des retards avec plusieurs reports. Pas suffisamment cependant pour que les choses se passent bien.

Carlos Tavares lui-même est allé constater les dégâts comme le raconte Automobilwoche : *"Récemment, le chef de Stellantis **Carlos Tavares** a rendu visite à un distributeur néerlandais en compagnie du responsable européen **Uwe Hochgeschurtz**. Les deux hommes se sont informés sur place du passage au système d'agence qui a été introduit au Benelux et en Autriche début septembre. Tavares a ensuite pu tester lui-même les systèmes sur l'ordinateur. Au début, la salle était très calme, puis très bruyante. Car rien ne fonctionnait. Rien du tout. Tavares s'est excusé auprès des partenaires de distribution. Selon les distributeurs, il n'était pas au courant de la situation réelle. Sinon, le groupe aurait probablement reporté le changement."*

Le journal cite un partenaire autrichien du groupe Stellantis : *"Les premières semaines dans le nouveau système ont été un énorme chaos. Rien ne fonctionne. Tout entrepreneur normal aurait repoussé la date d'introduction. Maintenant, on essaie fiévreusement de résoudre les problèmes en cours de fonctionnement"*.

Outre les problèmes informatiques qui expliquent cette mise en œuvre catastrophique, les distributeurs cités par Automobilwoche pointent une réduction de l'équipe commerciale chez Stellantis avec la suppression de 40 postes au cours du premier semestre qui a entraîné une perte du savoir-faire : *"Il n'y a tout simplement plus d'interlocuteur, nous ne pouvons demander à personne"*, déclare un partenaire.

La mise en œuvre des contrats d'agents ailleurs en Europe pourrait être repoussée à la lumière de cette expérience. Officiellement après avoir une première fois été annoncé pour juillet 2023, puis janvier 2024, le contrat d'agent pour la distribution des marques Alfa Romeo, DS et les VUL est toujours prévu pour le 1er avril 2024.

Si on fait le tour des marques, la mise en œuvre en France révèle les difficultés de fonctionnement de cette organisation commerciale.

Dans le réseau Mini, initialement annoncée pour septembre 2023, puis janvier 2023 l'entrée en vigueur est désormais prévue pour *"le courant de l'année 2024"*, nous a récemment confirmé

Vincent Salimon, président de BMW Group France. Le dirigeant ne cache pas les difficultés de cette transformation. Pour la marque BMW, le contrat d'agent reste annoncé pour 2026.

Chez Volvo, Ford, le contrat d'agent avait été évoqué pour les véhicules électriques et ce sont finalement des contrats plus classiques de distribution qui ont été proposés aux réseaux.

Chez Mercedes, les contrats sont inchangés et il n'y a pas à l'heure actuelle de projets de contrat d'agent pour la France. Les modèles de la nouvelle gamme Smart (de la coentreprise Mercedes/Geely) sont commercialisés dans le cadre d'un contrat d'agent, sauf, à titre provisoire, les ventes en LOA le temps que les systèmes puissent les gérer...

Toyota et Renault qui avaient annoncé dès le départ leur intention de rester dans un schéma classique de contrat de distribution se sont évités des discussions tendues avec leur réseau et leurs ventes s'en sont bien portées. Entre 2021 et 2023 (cumul au 25 novembre), la part de marché du groupe Renault a gagné 1,3 point, passant de 23,7% à 25%. Toyota a également progressé et dépasse les 6% de parts de marché au cumul 2023, contre 5,8% en 2021. Sur la même période, le groupe Stellantis a perdu plus de 5 points de part de marché, puisqu'elle est passée de 33,7% à 28,2% pour ces marques VP (Peugeot, Citroën, Opel, Fiat, DS, Jeep, Alfa Romeo).

Il n'y a pas eu non plus de changement dans les réseaux Hyundai, Kia, Nissan, Suzuki, Mazda. Quant aux nouveaux arrivants sur le marché qui logiquement auraient pu tester de nouveaux modèles, ils ne l'ont pas fait et MG, marque inexistante en 2021, atteint en 2023 1,6% de part de marché et doit une partie de son succès à une approche réseau traditionnelle.

← Actualité précédente : A qui souhaitons nous confier la charge de s'occuper de nos vieux véhicules électriques ?

Actualité suivante : Nissan va produire trois véhicules électriques à Sunderland →