

Le BCA ne fait pas de concurrence déloyale

Le Bureau commun automobile (BCA) est un groupement d'intérêt économique (GIE) essentiellement composé d'assureurs d'automobiles. A ce titre, la pratique de l'expertise sur l'ensemble du territoire français sans être assujéti à la TVA. En revanche, les cabinets d'expertise d'automobiles libéraux sont, eux, soumis à la TVA. S'agit-il d'une concurrence déloyale ?

« Les directives européennes n'interdisent pas aux entreprises d'assurances de constituer des GIE pour organiser certains services qui concourent à leur activité économique, a répondu en substance le ministre de l'Economie à une question d'un sénateur (*). C'est le cas du BCA, un groupement juridiquement distinct des entreprises d'assurances qui le composent, et qui propose à l'ensemble de ses membres un service d'experts missionnés pour procéder à l'examen des véhicules accidentés. (...) L'objet de ce GIE n'est, par ailleurs, pas incompatible avec le statut d'expert, qui prévoit que la qualité d'expert peut être reconnue aux personnes salariées en qualité d'experts depuis moins de quatre ans. L'activité d'expert automobile est une activité imposable à la TVA en application du Code général des impôts.

Toutefois, sont exonérés de TVA, sous certaines conditions, les services rendus à prix coûtant à leurs membres par les groupements constitués par des personnes physiques ou morales exerçant une activité exonérée, ou pour laquelle, ils n'ont pas la qualité d'assujéti. Les prestations d'expertise rendues à ses membres par un groupement constitué par des compagnies d'assurances, tel que le BCA, sont donc susceptibles d'être exonérées de la TVA, sous réserve que toutes les conditions d'application soient remplies. Du fait de l'exonération de son activité, le groupement ne peut exercer aucun droit à déduction au titre de ses achats de biens ou de services, et il supporte intégralement la taxe sur les salaires. Il ne peut donc être affirmé que cette exonération crée une distorsion de concurrence manifeste au profit du BCA.

(* "JO", Sénat du 9 août 2001.

Ford durcit son plan de restructuration

« Ford, en Europe, n'est pas tiré d'affaire. » C'est son patron, Jacques Nasser, qui le dit dans une interview au *Wall Street Journal*. En dépit des restructurations engagées l'an dernier, en vue de réduire de 10% sa capacité de production en Europe, de nouveaux efforts devront être consentis. La fermeture de sites, en Biélorussie, en Pologne et au Portugal, et la conversion du site britannique de Dagenham en centre de production de moteurs ne suffiront pas à requinquer Ford Europe. Aux Etats-Unis, le numéro 2 mondial a d'ores et déjà annoncé la suppression de 5000 emplois d'ici à la fin de l'année. « D'un point de vue macroéconomique, il y a trop de capacité de production, estime Jacques Nasser. Si vous avez trop d'actifs qui ne sont pas bien utilisés, ce n'est pas loyal à l'égard des clients, des salariés et des actionnaires... »

Règlement : les concessionnaires précisent leurs exigences

Dans leur lobbying, les concessionnaires français se démarquent des constructeurs. Ils veulent, notamment, que soit restaurée leur autonomie de gestion, et ils réclament des rémunérations plus « lisibles ».



Marc Chaumel

Les critères d'attribution des différentes primes doivent obéir à des règles objectives qui soient connues des concessionnaires.

Chaque chose en son temps. Le CNPA, qui représente, entre autres, les concessionnaires, s'est d'abord battu aux côtés des constructeurs automobiles pour demander à Bruxelles de reconduire un règlement spécifique pour la distribution automobile. Il s'agissait alors de ménager des puissants alliés, et de faire taire les éventuelles divergences. Pourtant, les intérêts des distributeurs d'automobiles ne coïncident pas totalement avec ceux de leurs fournisseurs. Loin de là. En cette rentrée 2001, les concessionnaires commencent à faire entendre leur différence. Dans un document qui sera envoyé à tous ses adhérents, la branche concessionnaires du CNPA a précisé pour la première fois son point de vue. Rédigé par M^e Patrice Mihailov, du cabinet de M^e Christian Bourgeon, avocat de l'organisation professionnelle, il critique sévèrement le rapport d'évaluation publié sur le sujet par la Commission, et il suggère quelques amendements

concrets à l'actuel règlement. « Pour saisir la difficulté de la réforme, explique-t-il, il faut bien comprendre que, aujourd'hui et compte tenu du degré d'intégration des réseaux, le marché de la distribution est contrôlé par les constructeurs. Paradoxalement, il échappe complètement à ses acteurs que sont les distributeurs. En l'état actuel, il serait donc parfaitement vain de réformer le système par la création de règles tendant à corriger tel ou tel comportement des distributeurs. »

Halte aux rémunérations arbitraires

Le ton est donné. C'est donc le comportement des constructeurs qu'il convient d'amender afin de restaurer l'autonomie des distributeurs et des conditions d'une véritable concurrence sur ce marché. « Il n'est pas d'établir un régime exceptionnel de protection mais, au contraire, de libérer les distributeurs des contraintes qui pèsent actuellement sur leur activité, qui sont autant de restrictions à leur capacité concurrentielle. »

Surveiller la période transitoire

Les concessionnaires demandent à ce que le nouveau règlement gagne en lisibilité afin d'être plus facilement appliqué par les juges nationaux, pas toujours familiarisés avec les subtilités des textes européens. Ils souhaitent également que la Commission de Bruxelles veille à la période transitoire et évite que cette transition ne soit, pour les constructeurs, l'occasion de purges massives, comme ce fut le cas en 1985 et en 1995. Nombre de concédants avaient profité de la signature du nouveau contrat pour éliminer les membres de leur réseau dont ils voulaient se séparer.

Deux directions sont envisagées dans ce document : la restauration de l'autonomie de gestion des concessionnaires, et le respect de leurs investissements. L'autonomie de gestion passe par une rémunération plus lisible, le flou qui prévaut actuellement dans certains réseaux favorisant l'arbitraire. En effet, les remises arrières (primes d'objectifs et primes qualitatives), qui sont devenues au fil des ans une part importante de la rémunération des concessionnaires, se révèlent aléatoires, tant les méthodes de calcul sont complexes et opaques. Il faut qu'elles retrouvent leur rôle strictement incitatif. Pour cela, « elles doivent obéir à des règles écrites, objectives et communiquées suffisamment à l'avance aux distributeurs pour leur permettre d'élaborer une politique commerciale propre. »

Respecter les investissements

Le CNPA demande également à la Commission de réaffirmer de manière la plus solennelle la liberté d'approvisionnement du concessionnaire. D'autre part, les distributeurs doivent bénéficier d'un minimum de garantie quant à la pérennité de leurs investissements. Or, en l'état actuel de la réglementation, un constructeur peut résilier son concessionnaire sans même à avoir à motiver sa décision (résiliation ordinaire). En théorie, il s'agit là d'une contre-

partie à la clause de non-concurrence après expiration du contrat que les constructeurs peuvent imposer. Dans les faits, il est rare qu'un concessionnaire évincé trouve la représentation d'une marque équivalente. « Il est indispensable de corriger cet effet pervers en introduisant l'obligation de motiver la résiliation ordinaire du contrat. Cela permettra au juge, le cas échéant, d'effectuer un contrôle de la légalité de la rupture, mais cela ne compromet pas la liberté de résiliation », estime le CNPA. Les contrats de distribution d'automobiles sont généralement conclus *intuitu personae*, c'est-à-dire en considération de la personne physique du dirigeant de l'entreprise. Le dirigeant ne peut alors céder son entreprise sans le consentement préalable du concédant. Cela aggrave fortement les conséquences d'une résiliation ordinaire du contrat puisque, tout en excluant le concessionnaire du réseau, le concédant a la possibilité d'interdire la cession de l'entreprise à son successeur. Pour le CNPA, « il est nécessaire d'apporter une correction à ce dispositif en limitant la portée de la clause d'*intuitu personae* et, en particulier, en obligeant le concédant à exercer sa prérogative d'agrément sur la base de critères objectifs et à motiver le refus d'agrément. » En obligeant les constructeurs à motiver leur décision, ces réformes permettraient de mettre en évidence les abus et de les sanctionner.

J. - P. G.

Les dangers de la suppression de l'exclusivité

L'analyse des concessionnaires rejoint parfois celle de certains constructeurs, guère enclins à risquer de torpiller leur réseau actuel suite à l'adoption de mesures hasardeuses. Ils dénoncent ainsi les dangers d'une éventuelle autorisation des rabais en fonction de volumes de véhicules achetés au constructeur, comme le suggère le rapport de la Commission.

Cette dernière considère en effet que la concurrence intramarque, c'est-à-dire celle existant entre les concessionnaires d'une même marque, est limitée par le fait que les constructeurs accordent des taux de remise uniformes. Les ventes directes aux administrations et aux grands loueurs ne bénéficient pas déjà de remise deux ou trois fois supérieures à celles des concessionnaires ? Mais, surtout, une telle différenciation risque d'entraîner la disparition pure et simple des points de vente les moins importants.

La suppression de l'exclusivité territoriale, « sans doute souhaitable dans l'absolu », n'est pas considérée comme une hypothèse réaliste.

Autorisée par les règlements successifs, cette exclusivité a présidé à l'édification d'importantes structures de vente et d'après-vente, qui seraient mises en péril par la perte de cette exclusivité.

Quant à la séparation de la vente et de l'après-vente, elle ne serait pas envisagée dans le but d'améliorer la compétitivité de l'après-vente, mais dans le but d'ouvrir le marché de la vente à de nouveaux opérateurs, peu désireux d'investir dans des structures d'après-vente.

L'avocat M^e Patrice Mihailov va, quant à lui, plus loin dans sa critique du rapport de la Commission : « Chacun sait d'ailleurs qu'aucun de ces motifs n'est sincère et que la dissociation de la vente et de l'après-vente n'est qu'un moyen indirect pour les tenants d'une réforme libérale de permettre aux grandes surfaces d'accéder à la vente de véhicules sans avoir à supporter la charge du service après-vente. »