

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 ».

Par **Jean Pierre Genet**

Publié le 11/09/2001 - 11:57

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 Me Patrice Mihailov, du cabinet de Me 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. »

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 ne s'agit 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. » 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 arrière (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. »

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 contrepartie 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.