

“ Dans le marché, il n’y a plus de tarifs ”

■ Membre de l'Association européenne des distributeurs indépendants d'automobile et fondateur d'Interlease, Alain de Wagter a toujours pris le micro pour défendre, dénoncer et revendiquer. Jamais pour parader. Self-made patron au parcours international (catégorie globe-trotter), il nous livre sa vision du marché automobile français.

Il y a 25 ans, j'ai participé à la création d'Overlease en tant que directeur commercial de Renault Crédit Belgique. Il s'agissait d'instituer du multimarquisme en LLD dans une captive financière de marque. Révolutionnaire! En 1990, au bout de cinq ans, j'ai quitté la Diac pour créer Interlease. Au démarrage, la société revendait les voitures d'occasion d'un loueur courte durée dont le portefeuille était constitué des trois marques françaises. En parallèle, l'entreprise jouait le rôle de courtier en leasing. C'est-à-dire que nous faisons refinancer par des banques ces fameux VO de 6 mois pour les proposer à des petites entreprises à des conditions très favorables. Sur le marché belge, nous arrivions à obtenir des remises de 30%. Vers 1992, mon partenaire a souffert comme l'ensemble des loueurs courte durée à cette période. Il avait signé des contrats annuels avec des marques françaises et peinait à honorer les enlèvements des 10 à 30 VN prévus chaque mois pour la mise en location. Dans ce contexte, Interlease a commencé à récupérer des VN pour les revendre.

► Quelle est la vocation de l'entreprise aujourd'hui?

Offrir aux professionnels français des VN et des VO multimarques. Je précise qu'aujourd'hui, 95% de mon activité se déroule en France.

Nous sommes, en quelque sorte, importateurs puisque l'approvisionnement s'opère en direct auprès des constructeurs, dans différents pays. Nous observons en permanence les prix qui se pratiquent sur le marché européen, tant au niveau des véhicules neufs que d'occasion. Notre objectif consiste à les acquérir au meilleur marché, là où elles se trouvent. Nous revendons majoritairement nos modèles neufs aux distributeurs et aux réparateurs agréés français et nos voitures d'occasion aux marchands, aux revendeurs et aux garagistes indépendants. Notre activité est 100% B to B. Nous commercialisons 5 000 VN et 1 000 VO par an auprès de 800 clients actifs pour un chiffre d'affaires supérieur à 80 millions d'euros.

► Pourquoi les professionnels français achètent-ils leurs véhicules chez vous?

Cela s'explique par notre notoriété, notre ancienneté et le professionnalisme de l'entreprise. Issus de l'importation, nos produits correspondent parfaitement aux modèles du marché hexagonal. Notre offre est cohérente. Les professionnels ont une confiance totale. De plus, notre structure financière nous permet d'avoir en permanence 500 voitures en stock à Anvers, utilitaires compris. Les clients n'ont pas de délais, sauf commande spécifique.

► En résumé, vous permettez aux professionnels français de faire du business supplémentaire... Exactement. C'est même notre slogan

“générateur de marges”. Les professionnels qui font du multimarquisme trouvent chez nous l'approvisionnement recherché et les concessionnaires font appel à nous pour se faire, légalement, un complément de marge sur la vente de voitures neuves. C'est-à-dire qu'ils ne s'approvisionnent pas sur leur entité juridique de concessionnaire. Ce stock ne rentre pas dans leur quota, mais leur permet de gagner 5% minimum de bénéfices.

► Justement, comment évolue votre image à l'égard de la profession?

Elle est favorable, même si j'agace toujours certains constructeurs. Pourtant, je n'ai jamais prôné la révolution. Je travaille plutôt en coulisse! En fait, je représente un nouveau canal de distribution qu'il ne faut surtout pas confondre avec celui des mandataires qui agissent sur mandat pour le compte de particuliers.

► Quelle est la vocation de votre site bourseauto.fr?

Bourseauto.fr est notre produit VO. Son accès est limité à une communauté de professionnels de l'occasion. L'offre n'a pas non plus vocation à être pléthorique puisque nous souhaitons exposer, au maximum, 2 000 à 3 000 VO en permanence. En revanche, les produits doivent provenir de marchands disposant d'une structure avec un atelier et répondre de la charte AOC (Auto d'origine contrôlée). Bourseauto.fr est une Suite page 20 ►

Alain de Wagter

► Suite de la page 18 place de marché où mes clients peuvent revendre leurs reprises. Dans ce club, l'acheteur professionnel a la sécurité de sa transaction du fait de nos critères de sélectivité. Le principe, c'est que les professionnels font des affaires entre eux. La phase de test du portail s'est achevée cet été. Il est opérationnel depuis le mois de septembre et tous les clients d'Interlease et les adhérents de bourseauto.fr peuvent revendre ou trouver des occasions sur le site.

► Ne vous auto concurrencez-vous pas ?

Ce n'est pas de l'auto-concurrence, c'est une place où les professionnels de l'occasion font leur marché, disposant à la fois des offres émanant des choix et des achats d'Interlease et provenant d'autres professionnels. Tout le monde y gagne.

► Le marché automobile est légèrement positif en France en 2009. Est-ce essentiellement le fait de la prime à la casse ?

Bien entendu. Le marché français est sous perfusion. Si vous enlevez la prime, il s'écroule.

► Pourtant, l'État a annoncé son intention de la faire disparaître progressivement. Est-ce judicieux ?

En période de crise, il est forcément judicieux de soutenir le marché. On observe d'ailleurs que les gens qui profitent de cette mesure achètent en grande majorité des modèles bénéficiant d'un bonus. Le cumul des deux offres gouvernementales et des remises commerciales des marques expliquent la bonne tenue du marché tricolore. Mais si l'on arrête un seul de ces paramètres, c'est la catastrophe pour ne pas dire la sinistrose. Donc, oui, la suppression progressive est une bonne solution.

► Si les deux perfusions sont maintenues, que pourrait être le marché français des voitures particulières neuves l'année prochaine ?

Similaire à ce qu'il est aujourd'hui, avec une multiplication de l'achat de petites voitures. Dans l'automobile, la tendance consumériste est au profil bas. Environ 45% des voitures achetées par les particuliers bénéficient d'un bonus. Ce qui sera intéressant, c'est d'observer l'attitude qu'adopteront les entreprises qui représentent près de la moitié du marché. Avec la crise, elles licencient, réduisent leur parc... Leur comportement conditionnera le profil du marché en 2010. Il faut s'attendre à une chute des ventes direc-

tes des constructeurs car le dévissage des ventes professionnelles est quasi-certain au premier semestre. La seconde partie de l'année est plus incertaine. Que feront les sociétés au moment de l'arrivée à échéance de leurs contrats automobiles ?

► Le marché des véhicules utilitaires plonge (-23% au premier semestre 2009). Le marasme va-t-il continuer ?

Oui. De manière générale, nous n'avons toujours pas atteint le fond de cette crise. Dans le domaine automobile où l'on sait que nombre d'équipementiers et de sous-traitants ne passera pas l'année 2009, inutile de croire à un regain. Sans être pessimiste, le dernier quadrimestre 2009 sera très dur. De toute façon, il faut restructurer l'ensemble de la distribution automobile...

"Il y aura une remise en cause complète de l'organisation des réseaux."

► On va y venir. Avant cela, pensez-vous que l'offre de modèles qui a explosé ces dernières années va continuer de se multiplier ?

Cela va forcément se calmer car il y aura une concentration des constructeurs. Il faudrait arrêter cette course infernale à la nouveauté, au gadget, bref au suréquipement qui posent aussi des problèmes dans le domaine de la réparation. Le succès de la Logan le prouve. Le risque, à terme, c'est de concevoir des voitures que les professionnels ne sauront plus réparer !

► On voit fleurir des norias de petits monospaces. Est-ce que ce sont des produits clés pour les prochaines années ?

Renault a été novateur sur ce point avec son concept des voitures à vivre. En fait, c'est un des premiers constructeurs à avoir pensé pour le consommateur en observant son mode de vie. Comme les gens veulent du pratique et du facile, il est évident que les ventes de petits monospaces vont se développer.

► Est-ce que l'offre des constructeurs en matière de motorisations alternatives est assez claire ?

Comment voulez-vous que le public y voit clair quand on le trompe avec des produits qui ne répondent pas à ce qu'il demande ! C'est-à-dire des voitures simples qui consomment et polluent moins. Aujourd'hui, la problématique est réduite à une affaire de taxe. Les constructeurs noient le poisson. L'émission de CO₂ de la Prius, par exemple, est même supérieure à celle d'un moteur classique.

► Faut-il croire à la filière électrique ?

Oui. J'ai d'ailleurs été scandalisé aux États généraux que rien n'ait été dit à ce sujet, à l'exception de l'intervention de **Serge Dassault**. Il a rappelé qu'il y a quinze ans, avec Renault, un produit abouti de voiture électrique existait. Or, un ministre ne lui aurait donné aucun avenir. Cela fait vingt ans qu'un groupe de pression rejette la voiture électrique qui répond pourtant aux aspirations des consommateurs puisqu'elle ne pollue pas, ne consomme pas d'essence, ne coûte pas chère et surtout qu'elle est prête à être produite en série. Non seulement il faut y croire, mais c'est une nécessité.

► Les consommateurs français sont-ils enclins à consommer ?

Ils reportent leurs achats. Les Français consacrent leurs moyens à autre chose qu'à l'automobile. Ils épargnent plus, sont davantage rationnels. Dans ce sens, les offres à petits prix ont un bel avenir. Aujourd'hui, pour moins de 7 000 euros TTC, le consommateur français peut acquérir une voiture neuve avec les aides gouvernementales.

► Est-ce que la location a un avenir ?

Culturellement, les Français continuent de vouloir leur nom sur leur carte grise. Mais ils auront de plus en plus besoin, occasionnellement, d'un autre véhicule et ils le loueront. La réponse, c'est donc oui et non. Car ils ont aussi un nombre croissant de solutions alternatives. Des communautés se créent. À ce titre, l'auto-partage va se développer.

► Le plan d'aides du gouvernement à l'automobile était-il suffisant ?

Le plan a servi aux constructeurs en renflouant leurs caisses et en leur permettant de dégager du cash. Il n'a certainement pas été orienté vers les réseaux de distribution et les

professionnels du service qui en auraient véritablement besoin. L'enveloppe est insuffisante. Mais ce qu'il faut, c'est restructurer la façon de penser, de distribuer et d'offrir un véhicule.

► **Le plan ne va donc pas suffir ?**

Le problème ne sera pas réglé tant qu'on n'aura pas obligé les constructeurs à faire évoluer le produit. Profondément.

► **Est-ce qu'on paye trop cher nos automobiles ?**

Des centrales d'achat proposent un rabais minimum de 30% par rapport au prix français. Donc, les voitures sont forcément trop chères. Si ce n'est qu'aujourd'hui, il n'y a plus de tarifs.

► **Pourquoi ?**

À cause du grand bradage opéré par les constructeurs mais aussi par certains revendeurs d'occasion qui n'appliquent pas la TVA sur leur prix de vente, sans contrôle pointilleux de l'État français. Du coup, dans le marché, il n'y a plus de tarifs de référence. On va à la pêche sans savoir ce que l'on attrape. Les voitures sont-elles trop chères lorsqu'il n'y a plus de prix ? De toute façon, ce sont celles qui sont au bon tarif qui se vendent !

► **La rentabilité des distributeurs de marque est devenue négative ces derniers mois. Est-ce une situation ponctuelle ou structurelle ?**

Structurelle. Les réseaux ne disposent pas des moyens financiers qui leur permettent d'être performants en matière de service commercial comme après-vente. Le manque de rentabilité pâtit à la qualité et empêche les investissements. Avec de tels résultats, on ne peut pas persévérer sans aides. Et forcément, les représentants de marque(s) n'ont plus les moyens d'appliquer une politique ou des règles imposées comme celle des trois contrats (VN, après-vente, magasin). D'où l'entrée du secteur dans le régime général. C'est une libéralisation nécessaire. Trouvez-vous normal, en tant que consommateur, de pouvoir acheter votre ordinateur où vous le souhaitez alors que c'est un outil compliqué à mettre en route, et pas votre automobile ?

► **Selon vous, l'organisation actuelle des réseaux de distribution va donc être remise en cause ?**

Oui. Il y a aura des points de livraison centraux étayés d'une multitude de structures d'après-vente de proximité. Les grandes

entreprises, déjà, constituent et achètent leur parc en ligne.

► **Quid de la concentration des réseaux ?**

Il y a trop d'intervenants, de l'ordre de 20% de distributeurs de trop sur le marché. Donc la concentration des réseaux n'est pas terminée.

► **Les critères des marques sont-ils trop coûteux ?**

Absolument ! Je suis scandalisé par la façon dont certaines marques traitent leurs investisseurs. Ces derniers dépensent une énergie et des sommes colossales pour être tenus par le bout de ficelle d'un CDI de trois ans. Ils n'ont pas d'autres solutions que de suivre les exigences de leur(s) constructeur(s). Ils n'ont pas les moyens de s'opposer.

► **La taille des concessions va-t-elle diminuer ?**

Oui. La concentration des réseaux s'accompagnera d'une concentration des structures. Rentabilité oblige, les patrons de groupe se doteront d'une grande structure multimarque et de satellites de livraison.

► **Quels sont les services qui manquent en après-vente ?**

Le véhicule de courtoisie. Aujourd'hui, le client qui amène son véhicule à l'atelier rentre à pied. Ce n'est pas normal. On lui propose rarement une solution immédiate, économique et raisonnable. Il y a, de manière globale, un manque de convivialité.

► **Les constructeurs doivent-ils craindre la puissance accrue des groupes de distribution ?**

Non. Ces groupes veulent des conditions d'achats, des délais de paiement. En tant que conceptrice, la marque devrait même s'en remettre plus souvent à leur force de proposition. Ils connaissent, eux, les aspirations des consommateurs.

► **Faut-il s'attendre à d'importants changements dans la relation constructeur/concessionnaire ?**

Cette relation devrait changer, mais je crains que le rapport de force ne s'accroisse en faveur des firmes automobiles. Les distributeurs ont de plus en plus de difficulté à réaliser des chiffres, des taux de pénétration, des résultats... Attention à ce que le constructeur ne divise pas pour mieux régner. À traitement disparate, absence d'unité....



► **Le passage au règlement général de l'après-vente en 2010 puis de la vente en 2013 ne va-t-il pas renforcer les constructeurs qui pourraient devenir encore plus autocrates avec un système de franchise, par exemple ?**

Les constructeurs n'adopteront jamais un système de franchise parce qu'il les contraindrait à reprendre les stocks invendus.

► **À quoi ressemblera la distribution automobile de demain ?**

Elle sera multimarque, avec des produits différents selon les villes. On n'a pas les mêmes besoins à Marseille qu'à Lyon. Les structures seront plus grandes au niveau de la vente, permettant de voir tous les modèles et derrière, il y aura donc des satellites après-vente.

► **Quelle est la rentabilité minimum nécessaire à un distributeur automobile pour vivre ?**

Évidemment pas 0,4% avant IS ! Aujourd'hui, il faut de toute façon séparer la rentabilité liée au business VN de celle relative au VO. Sur le véhicule neuf, les concessionnaires sont commissionnés comme des livreurs à hauteur de 1 000 euros maximum. Une bonne rentabilité, c'est 5% net avant impôt dans le domaine de la vente. C'est un minimum pour vivre.

► **Croyez-vous à une explosion du commerce automobile sur Internet ?**

Je crois au fort développement de la vente de VN sur Internet. L'internaute français est très bien équipé en ADSL. Ce dernier réservera son véhicule et finira de régler sur le point de vente. D'où ma théorie des centres de livraison.

► **Un message à transmettre aux professionnels de la vente et de la réparation automobile ?**

Je suis de tout cœur avec eux. Malheureusement, ne résisteront que les meilleurs. Mon cœur bat pour ces PME. C'est un métier dur qui n'est respecté ni par le constructeur ni par le consommateur.

Propos recueillis par
Éloïse LeGoff-Bernis et Jean-Pierre Jagu-Roche