

L'IMPACT ECONOMIQUE ET SOCIAL

DU CHANGEMENT DE MODELE ECONOMIQUE DES CONSTRUCTEURS

1) Le changement de modèle

Le constructeur est un industriel, qui tire habituellement son revenu de la vente des véhicules et des pièces de rechange qu'il produit.

Ces produits sont vendus à des distributeurs agréés, qui les revendent à leur tour, en qualité de commerçants indépendants, dans un schéma de distribution indirecte.

a) La distribution directe

Le changement de modèle consiste dans l'abandon de ce schéma de distribution indirecte, pour épouser un schéma de distribution directe, du constructeur au consommateur.

En pratique, ce changement se manifeste par l'appropriation par le constructeur, de l'activité et des profits des distributeurs.

1°- Les véhicules neufs sont désormais vendus par le constructeur aux utilisateurs finals directement, à un prix imposé : le distributeur, qui perd son indépendance, n'intervient plus qu'en qualité d'agent du constructeur, rémunéré pour assurer la livraison des véhicules.

Le constructeur récupère une partie de la rémunération précédemment allouée au distributeur, ainsi que la remise traditionnellement consentie au client.

2°- Le négoce des véhicules d'occasion a toujours été entrepris de façon indépendante par les distributeurs, qui y ont trouvé un complément de revenu indispensable, compte tenu de la médiocrité de leur rémunération sur la revente des véhicules neufs.

Dans la mesure où le constructeur vend directement le véhicule neuf à l'utilisateur final, il a vocation à reprendre lui-même le véhicule d'occasion.

Le véhicule repris est ensuite vendu par le constructeur à l'agent, à charge pour ce dernier de le revendre dans le cadre d'un contrat de franchise.

Le constructeur prélève une marge sur le véhicule repris et profite encore d'un revenu supplémentaire, en facturant des royalties à l'agent franchisé et des commissions aux fournisseurs référencés du réseau franchisé.

3°- Les distributeurs sont habituellement rémunérés par les organismes financiers dont ils placent les produits : crédit à la consommation, location avec option d'achat, location longue durée et assurance.

Dès lors qu'il est le vendeur du véhicule, le constructeur est en mesure d'exercer lui-même cette activité et de la mettre au service exclusif de sa captive financière.

4°- Les réparateurs agréés assurent habituellement l'entretien et la réparation dans leur atelier de manière indépendante, c'est-à-dire à des tarifs et conditions qu'ils définissent librement, en adéquation avec leurs charges.

Le constructeur entend désormais commercialiser lui-même auprès des utilisateurs finals des extensions de garantie, ainsi que des contrats d'entretien et de réparation, dont l'exécution est confiée aux réparateurs à des conditions de rémunération dégradées.

Les réparateurs agréés sont obligés de développer la vente de ces contrats, aux dépens de leur activité propre.

De sorte que le constructeur se réserve une part croissante de la marge dégagée par les travaux du réparateur, augmentée de la marge réalisée sur la vente de ses pièces, dont il exige la mise en œuvre exclusive (la Commission européenne lui en reconnaît le droit¹).

b) Le développement d'un écosystème

Le constructeur entend profiter des véhicules depuis leur sortie d'usine jusqu'à leur recyclage et poursuit cet objectif de deux façons.

En premier lieu, le constructeur s'assure la détention exclusive des données des clients.

En pratique, le constructeur confisque le fichier clients du distributeur, exigeant qu'il poursuive son activité en qualité d'agent, désormais voué à l'entretien et au développement d'une clientèle qui est désormais celle du constructeur.

¹ Communication de la commission, Lignes directrices supplémentaires sur les restrictions verticales dans les accords de vente et de réparation de véhicules automobiles, 2010/C 138/05, § 39.

Les véhicules neufs doivent être livrés connectés et le constructeur s'assure du monopole de l'exploitation des données qu'ils produisent, afin d'orienter systématiquement le client vers les partenaires de l'écosystème, ou de monétiser ces données auprès de tiers, qui intègrent ainsi l'écosystème.

En second lieu, le constructeur engage ses partenaires et clients dans une relation d'exclusivité.

Le distributeur, devenu agent, perd la possibilité d'une action commerciale indépendante.

Le client lui-même est orienté vers la location de sa voiture, plutôt que son achat, et incité à souscrire des extensions de garantie et contrats d'entretien, qui l'enferment dans l'écosystème.

c) Le constructeur paraît échapper à tout contrôle

Le changement de modèle est mis en œuvre dans des conditions qui interrogent quant au respect des règles de droit.

1°- La relation contractuelle est toujours stipulée sans exclusivité, laissant en principe au distributeur la possibilité de diversifier et d'orienter librement son activité.

En pratique cependant, le constructeur impose le respect d'une clause de non-concurrence qui n'est pas dans le contrat, interdisant la représentation d'autres marques et exigeant que toute autre marque soit exclue du périmètre de l'entreprise lorsqu'elle est déjà représentée, y compris la marque propre du distributeur, lorsqu'il en dispose.

Avons-nous déjà vu la concession d'une marque généraliste partager ses locaux avec une marque concurrente ?

Le distributeur qui emploie plusieurs dizaines, voire plusieurs centaines de salariés et qui mobilise des structures immobilières et financières dont la valeur se compte en dizaines ou en centaines de millions d'euros, est alors entièrement dans la dépendance du constructeur.

La reconversion de ces structures en dehors du réseau est illusoire, lorsque toutes les marques commercialisant des volumes équivalents sont déjà représentées.

2°- Ainsi, le distributeur est facilement requis de souscrire inconditionnellement aux termes des contrats qui lui sont présentés, au risque d'une exclusion du réseau qui l'exposerait, dans la plupart des cas, à la faillite.

La pression est telle, qu'il est parfois requis de s'engager dans les termes d'un protocole transactionnel, actant sa renonciation aux contestations et poursuites que le contrat pourrait justifier.

3°- L'appropriation du fichier clients des distributeurs, qui les prive d'un actif essentiel de leur fonds de commerce, est opérée sous la même pression, en violation des règles élémentaires de la propriété commerciale.

L'organisation d'un monopole sur les données produites par les véhicules entre en collision frontale avec le projet européen de Data Act², qui poursuit l'objectif inverse, de favoriser la circulation des données en aménageant les conditions de leur portabilité.

4°- Les formules contractuelles ne remplissent généralement pas les conditions posées par la Commission européenne à la mise en œuvre d'une distribution directe appuyée sur un réseau d'agents³.

Il en résulte que l'imposition du prix de détail entre en principe dans le champ de l'interdiction édictée par l'article 101 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

5°- La généralisation de contrats d'agence, qui reproduisent dans des termes similaires des obligations de non-concurrence assorties d'une indisponibilité des clientèles, tendent à un verrouillage du marché (les entrants n'ont plus accès au débouché que constituent les réseaux concernés, qui représentent plus de 60 % des immatriculations en Europe), dont la Commission européenne a elle-même souligné le risque⁴.

Le déploiement de ce modèle ne paraît rencontrer aucune opposition, pour la raison notamment, que les distributeurs ont le sentiment de ne disposer d'aucun recours et n'attendent aucun secours.

Depuis des années, les juridictions compétentes restent insensibles à leurs demandes.

37 % des distributeurs dont le contentieux est venu devant la Cour d'appel de Paris depuis 2018 ont fait l'objet d'une liquidation judiciaire.

² https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0069_FR.pdf

³ Communication de la Commission, Lignes directrices sur les restrictions verticales du 28 Juin 2022, C(2022) 4238 final, § 29 et suivants.

⁴ Lignes directrices sur les restrictions verticales, § 43, 310.

Décisions Cour d'appel Paris 5-4 Du 01.01.2018 au 30.06.22					
Date	n°	Avantage	Date	n°	Avantage
10.01.18	15/05719	Constructeur	13.11.19	06/18147	Constructeur
10.01.18	15/04591	Constructeur	27.11.19	18/06901	Constructeur
07.02.18	15/08853	Constructeur	11.12.19	16/04717	Constructeur
07.03.18	16/00742	Constructeur	22.01.20	18/14922	Constructeur
12.09.18	15/15234	Constructeur	17.06.20	19/02268	Constructeur
09.01.19	16/24317	Constructeur	17.06.20	17/19307	Constructeur
23.01.19	16/16856	Constructeur	24.06.20	18/23867	Constructeur
20.02.19	15/13603	Constructeur	21.10.20	18/27620	Constructeur
20.03.19	17/01088	Distributeur	18.11.20	19/05086	Constructeur
20.03.19	17/01247	Constructeur	06.10.21	19/09879	Constructeur
27.03.19	17/09056	Constructeur	12.01.22	17/14189	Constructeur
31.07.19	16/20683	Constructeur	02.03.22	21/01545	Constructeur
23.10.19	19/07878	Constructeur	01.06.22	20/12790	Constructeur
06.11.19	18/03352	Constructeur			

Décisions Cour de cassation Ch. commerciale Du 01.01.2018 au 30.06.22					
Date	n°	Avantage	Date	n°	Avantage
03.06.18	16-20910	Constructeur	14.10.20	18-13399 et s.	Const/Distrib
10.10.18	17-11542	Constructeur	03.03.21	19-17580	Constructeur
10.10.18	17-11543	Constructeur	12.05.21		
23.01.19	17-20055	Constructeur	05.01.22	20-15436	Constructeur
27.03.19	17-22083	Constructeur	16.02.22	20-11754	Constructeur
03.07.19	17-18681	Constructeur	16.02.22	21-10451	Constructeur
04.12.19	19-13394	Constructeur	16.02.22	20-18615	Constructeur
11.12.19	18-15098	Constructeur	25.05.22	20-10656	Constructeur
11.12.19	18-16190	Constructeur			

En matière de distribution automobile, les règles communautaires de la concurrence ne paraissent malheureusement pas appliquées par les juridictions de l'ordre judiciaire⁵.

L'Autorité de la concurrence ne se livre à aucune enquête et ne semble pas vouloir répondre pas aux sollicitations des distributeurs.

La Commission européenne n'a pas appliqué de sanction à un constructeur depuis 2007 et aucune des vingt-deux plaintes dont elle a été saisie depuis 2010, n'a donné lieu à des poursuites⁶.

En 2009, la Commissaire en charge de la concurrence a déclaré que : "(...) nous n'utiliserons pas la politique de concurrence pour dresser des obstacles

⁵ CJCE, 25 Octobre 1977, Metro c/ Commission, 26/76, Rec. p. 1875, § 20 ; Com., 27 Mars 2019, n° 17-22083, Fca c/ Catia Automobiles ; Com., 12 Mai 2021, n° 19-17580, Siac c/ Renault ; Com., 16 Février 2022, n° 20-11754, Garage de Bretagne c/ Mercedes ; Com., 16 Février 2022, n° 20-18615, Safirauto c/ Hyundai ; Com., 16 Février 2022, n° 21-10451, Benmeleh c/ Hyundai ; Com., 27 Mars 2019, n° 17-22083, Fca c/ Catia Automobiles ; Com., 16 Février 2022, n° 21-10451, Benmeleh c/ Hyundai ; Com., 16 Février 2022, n° 20-18615, Safirauto c/ Hyundai.

⁶ Commission Staff Working Document of the Motor Block Exemption Regulation du 28 Mai 2021, SWD (2021) 112 final, pp. 19, 28.

inutiles aux efforts déployés pour aider le secteur à survivre et à s'adapter"⁷.

En 2010, la Commission a renoncé à l'encadrement spécifique de la distribution automobile, dont le dispositif avait été laborieusement élaboré depuis 1985⁸, en considérant que ces règles étaient trop compliquées, qu'elles avaient contribué à l'augmentation des coûts de distribution et qu'il convenait de rendre de la "flexibilité" aux constructeurs⁹ : "(...) les règles sectorielles actuelles créent un carcan inutile qui empêche les constructeurs automobiles d'organiser leurs systèmes de distribution comme ils l'entendent"¹⁰.

En 2010, au moment d'adopter le règlement n° 461/2010, spécifique au secteur automobile, la Commission a abrogé les règles qui encadraient la distribution, en estimant qu'un tel encadrement était sans objet : "S'agissant de la distribution de véhicules automobiles neufs, il n'y a apparemment aucun dysfonctionnement important de la concurrence qui pourrait distinguer ce secteur d'autres secteurs économiques et qui pourrait requérir l'application de règles différentes et plus strictes que celles prévues par le règlement (UE) n° 330/2010"¹¹.

Le 6 Juillet 2022, la Commission a présenté le projet d'un renouvellement pour cinq ans de ce règlement n° 461/2010, persistant à s'interdire l'édiction de règles de nature à encadrer les initiatives des constructeurs : "(...) si le marché automobile [est] susceptible d'évoluer dans les années à venir, il [n'a] pas connu, au cours de la dernière décennie, d'évolution significative qui justifierait une révision majeure du régime [d'exemption spécifique au secteur automobile]"¹².

Soyons clairs, le changement de modèle à l'œuvre sous nos yeux est sans doute la transformation la plus radicale que la distribution des automobiles a connu depuis qu'elle existe : le marché de la distribution (marché d'aval), animé par plusieurs milliers d'acteurs, sera contrôlé par une poignée d'opérateurs.

⁷ Neelie KROES, Closing remarks at roundtable to discuss future of the Car Block Exemption, 9 Février 2009, SPEECH/09/45.

⁸ règlements d'exemption spécifiques à la distribution automobile n° 123/85, 1475/95, 1400/2002.

⁹ Commission Press Release, 27 May 2010, Commission adopts revised competition rules for motor vehicle distribution and repair, IP/10/619.

¹⁰ Antitrust: Commission adopts revised competition rules for the motor vehicle sector: frequently asked questions, 27 Mai 2010, MEMO/10/217.

¹¹ règlement UE n° 461/2010 du 27 Mai 2010, relatif à l'exemption des accords verticaux dans le secteur automobile, JOUE du 28 Mai 2010, L 129/52, § 10.

¹² note explicative accompagnant la consultation de la Commission du 6 Juillet 2022, https://competition-policy.ec.europa.eu/document/download/6b2253e4-81be-4aba-9713-ef5feaadbbee_en?filename=explanatory_note_MVBER_and_supplementary_guidelines_for_motor_vehicles_all_EU_languages.zip

2) Le caractère inflationniste de la stratégie mise en oeuvre

Le prix des voitures en France, où les constructeurs ont la libre maîtrise de la distribution, est plus élevé qu'aux Etats-Unis, où la distribution est encadrée.

Prix conseillés "à partir de", en euros ¹³		
	France	USA ¹⁴
Volkswagen Passat	35.320	22.537
Honda CR-V Hybrid	36.240	28.698
Toyota Rav4 Hybrid	33.900	27.135
BMW X5 xDrive45e	90.050	61.401
Volvo S60 Recharge Hybride	59.750	44.724
Hyundai Santa Fe Hybrid	36.900	31.590

Il est aussi plus élevé que dans la plupart des pays européens.

Prix conseillés "à partir de" PEUGEOT 2008 Active ¹⁵							
Danemark	28.910	Belgique	21.829	Suède	19.522	Italie	17.900
Pays-Bas	26.660	Finlande	20.835	Pologne	19.092	Hongrie	17.084
Irlande	25.490	Grèce	20.800	Croatie	18.809	Tchéquie	17.074
France	22.700	Espagne	20.700	Slovénie	18.690	Slovaquie	16.990
Allemagne	22.100	Autriche	19.910	Roumanie	18.207	Portugal	16.690

Selon le Journal de l'Automobile¹⁶, dont l'analyse est appuyée sur les données de AAA Data, le prix des voitures neuves a augmenté de 20,5 % depuis 2019 et 55,4 % depuis 2010, dans une mesure bien supérieure à l'inflation.

Evolution du prix moyen des voitures neuves en France, en Euros												
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
21.320	22.855	24.169	23.861	24.448	25.373	26.283	26.801	26.590	27.502	28.749	30.937	33.129

Les mécanismes d'un marché concurrentiel ne fonctionnent pas : une marque comme Dacia est capable d'augmenter ses prix de vente de plus de 21 % en deux ans, sans redouter de recul de ses ventes.

Selon l'organisme SRA¹⁷, qui regroupe des assureurs, le prix des pièces de rechange a augmenté de 46,3 % depuis 2015 et 15,1 % depuis 2020.

Le nouveau modèle économique, qui ambitionne la mise en œuvre d'une distribution directe par des constructeurs qui représentent en France plus de

¹³ prix relevés sur les sites Internet des constructeurs au mois d'Août 2021.

¹⁴ les prix étant affichés hors taxes du fait de la mise en œuvre d'une taxation propre à chaque état, ils ont été uniformément majorés de 10 % pour la démonstration (les taxes sont d'ailleurs généralement moindres).

¹⁵ prix relevés sur les sites Internet du constructeur au mois d'Août 2021.

¹⁶ Journal de l'Automobile, Janvier 2023, n° 1314, p. 40.

¹⁷

<https://www.sra.asso.fr/sites/default/files/PDF/Statistiques/Panier%20Pi%C3%A8ces%20SRA%20S1%202022.pdf>

la moitié du marché, emporte la suppression de la négociabilité du prix de vente (fin de la remise client) et le risque d'une augmentation mécanique du prix de détail.

La création d'écosystèmes fermés, tend à renchérir le coût d'utilisation du véhicule, du fait de la marge prélevée par le constructeur sur chacune des transactions que suscite sa possession, dans un environnement soustrait aux lois de la concurrence.

3) La perte de l'accès à la mobilité

L'augmentation du prix des véhicules n'est pas seulement la conséquence fortuite de facteurs extérieurs, mais procède d'une stratégie délibérée, qui a un nom : le *pricing power*¹⁸.

Elle consiste dans l'augmentation du prix jusqu'à atteindre le plafond de son acceptabilité par le consommateur, lequel est constamment et artificiellement repoussé¹⁹.

En France, l'âge moyen d'un acheteur de véhicule neuf était de 44 ans en 1991 et il atteint aujourd'hui 58 ans.

Le véhicule neuf est inabordable pour la plupart des consommateurs et la moyenne d'âge du parc roulant ne cesse d'augmenter, pour atteindre 11,3 ans.

L'accès au véhicule passe donc par sa prise en charge par l'employeur, en lieu et place d'une augmentation de salaire, de sorte que les achats directs des particuliers ne représentent plus que 46 % des immatriculations.

Cet accès passe également par l'acquisition d'un véhicule d'occasion, lui-même renchéri par une demande croissante et dont l'âge moyen atteint désormais neuf ans en 2022²⁰.

C'est dans ce contexte que l'on aborde la transition énergétique, la mise en place des Zones à Faibles Emissions (ZFE) et la nécessité de remplacer le véhicule thermique par un véhicule électrique, plus onéreux : le parc roulant est aujourd'hui constitué à hauteur de 36,6 %, de véhicules entrant dans les

¹⁸ plan stratégique PSA *Push to Pass*, 5 Avril 2016, pp. 13-15.

¹⁹ pour un exemple dans les pièces de rechange, le logiciel d'*"optimisation tarifaire"* Partneo ; Médiapart, 31 Mai 2018, "*Renault et PSA ont gonflé en secret la facture de leurs clients de 1,5 milliard*" ; Médiapart, 1^{er} Juin 2018, "*Automobile : le scandale des pièces détachées gagne le monde*" ; Médiapart, 22 Février 2019, La Commission européenne a ouvert une enquête sur le scandale des pièces détachées automobiles" ; Paris, 5-4, 12 Octobre 2022, n° 20/14980.

²⁰ https://www.aaa-data.fr/wp-content/uploads/2023/02/AAADATA_Infographie_Faits-marquants-2022-et-Perspectives2023_VF-1.pdf

catégories Crit'Air 3 et plus²¹, progressivement interdits d'accès dans les ZFE d'ici au 1^{er} Janvier 2025.

Pour franchir cette nouvelle marche, la formule consiste à ne plus communiquer sur le prix de vente, mais désormais exclusivement sur le montant d'un loyer, qui présente la double commodité de distraire du coût réel pour autoriser une nouvelle augmentation et de permettre au constructeur de conserver le véhicule et l'utilisateur dans son écosystème.

Dans un contexte inflationniste, qui réduit le pouvoir d'achat des français et augmente la part pré-engagée des dépenses des ménages, une partie de la population ne sera pas en mesure d'ajouter la charge d'un loyer.

Piégées par la conjonction de l'inaccessibilité des véhicules et de l'entrée en vigueur des restrictions d'accès aux ZFE, ces personnes perdront l'accès à la mobilité, sans toujours disposer de solutions de transport en commun.

Quel est ce marché, dans lequel les constructeurs ne produisent pas les véhicules que réclament les consommateurs ?

Le droit européen de la concurrence autorise la constitution de réseaux de distribution sélective en contrepartie de gains d'efficacité et d'un profit équitable pour les consommateurs : où sont-ils ?

4) L'emploi d'argent public

Emmanuel Macron au quotidien Les Echos : *"La transition vers l'électrique est créatrice de valeur et d'emplois en France. Nous avons pour cela massivement aidé l'industrie automobile durant ces cinq dernières années par l'offre comme par la demande"*²².

1°- L'activité des constructeurs est soutenue par le crédit impôt recherche, le chômage partiel, ainsi que par des fonds mis à disposition dans le cadre du contrat stratégique de la filière automobile²³ et du programme France 2030 : Fonds Avenir Automobile 2, Fonds d'accompagnement des salariés de la filière automobile, subventions Ami Coram 2021, subventions Ademe²⁴.

Les constructeurs ont également profité du bonus écologique et la prime à la

²¹ <https://www.latribuneauto.com/reportages/actualites/13732-lage-moyen-du-parc-automobile-francais-en-2022-est-de-11-3-ans>

²² Les Echos, 17 Octobre 2022, *"Nous devons accompagner massivement le passage à l'électrique"*.

²³

https://www.entreprises.gouv.fr/files/dossier_de_presse_contrat_strategique_de_la_filiere_automobile.pdf

²⁴ CCFA, L'industrie automobile française, Analyse et statistiques, édition 2021, p. 33.

conversion, dont le montant cumulé a représenté une somme totale de 4,2 milliards d'euros entre 2018 et 2021²⁵ ; compte tenu de ce que ce dispositif est en place depuis 2008 et 2014 respectivement, la dépense totale excède certainement cinq milliards d'euros à ce jour.

La mise en œuvre d'un "leasing social" ouvrira prochainement un canal de subvention supplémentaire, à hauteur de 1,3 milliards²⁶.

2°- La contrepartie est censée résider dans l'engagement des constructeurs à produire en France 1.000.000 de véhicules électriques et hybrides en 2025²⁷ et près de 2.000.000 en 2030²⁸.

Sans préjuger de la réponse qui sera apportée à cette demande, il semble que la production de ces véhicules ne soit localisée en France que dans la mesure nécessaire à la survie des sites existants.

Les effectifs de Renault et de Stellantis en France sont constamment réduits et représentent probablement moins de 90.000 emplois directs, l'effectif de Renault passant de 69.900 personnes en 2005 à 42.000 prévues en 2024²⁹, tandis que l'effectif de Stellantis a été ramené en quinze ans de 70.000 à 45.000 personnes³⁰.

Cette réduction est accompagnée d'une délocalisation de la production en Espagne, Slovaquie, Roumanie et République Tchèque essentiellement.

Production véhicules particuliers par pays, toutes énergies confondues, en 2022 ³¹					
Allemagne	Espagne	Rép. Tchèque	Slovaquie	France	Roumanie
3.336.116	1.702.641	1.190.160	964.072	940.072	507.269

Stellantis investit 300 millions d'euros au Maroc pour quadrupler la production de l'usine créée en 2019 à Kenitra et attribue de nouveaux

²⁵ Les Echos, 11 Mars 2022, "1 million de primes à la conversion des voitures versées sur le quinquennat".

²⁶ AFP, 24 Février 2023, "Voiture électrique "à cent euros" : Borne confirme l'ouverture des réservations fin 2023".

²⁷ <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/05/26/plus-verte-et-plus-competitive-notre-plan-de-soutien-a-la-filiere-automobile>

²⁸ <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/france2030>

²⁹ Challenges, 15 Décembre 2021, "Renault veut créer des emplois mais aura perdu 40 % des effectifs en vingt ans"; <https://fr.statista.com/statistiques/549407/nombre-employes-groupe-francais-renault-par-zone/>

³⁰ Libération, 2 Février 2022, "Casse, Stellantis prévoit de supprimer 2.600 emplois sur deux ans"; Challenges, 10 Avril 2019, "PSA réduit ses effectifs en France, Renault les accroît (un peu)"; Challenges, 19 Mars 2018, "Renault accroît ses effectifs en France, PSA les réduit encore".

³¹ https://www.acea.auto/files/Economic-and-Market-Report_Full-year-2022.pdf
https://lekiosque.finances.gouv.fr/site_fr/NC8/Resultat_nc.asp?ot=1&lanc=87038010

programmes aux sites de Saragosse en Espagne et de Trnava en Slovaquie³² (la production du modèle e-208, dont Bruno Lemaire anticipait la production en France).

Et Renault attribue l'essentiel de la production de ses nouveaux modèles aux sites espagnols de Palencia et Valladolid³³, engageant un investissement de 600 millions d'euros en Inde³⁴.

3°- Dans le même temps, alors que les prix n'ont pas cessé d'augmenter, Stellantis a annoncé un bénéfice net de 16,8 milliards d'euros, qui l'a autorisée à distribuer 4,2 milliards d'euros à ses actionnaires et engager un rachat d'actions pour 1,5 milliards d'euros³⁵.

Renault, qui a engagé un programme de rachat d'action en 2022, a dégagé un bénéfice de 1,6 milliards d'euros, hors pertes induites par l'arrêt inopiné de l'activité en Russie³⁶.

Ces résultats ne sont seulement le produit d'une conjoncture favorable (demande supérieure à l'offre), mais procèdent d'une stratégie assumée, Stellantis ayant garanti à ses actionnaires une rentabilité à deux points jusqu'en 2030³⁷.

Dans le même esprit, La direction de Renault a affirmé aux Echos que "(...) nous avons augmenté nos prix de 25 % en deux ans et demi. Renault est devenu une machine à faire du cash (...)"³⁸.

5) L'atteinte au tissu économique local

La mise en œuvre du nouveau modèle n'emporte aucune création de valeur et la justification tirée de la digitalisation du commerce est largement

³² Autoactu.com, 21 Novembre 2022, "Stellantis : pendant la transition, les délocalisations continuent !".

³³ Journal de l'Automobile, 14 Décembre 2022, "Renault mise toujours sur l'Espagne".

³⁴ Communiqué de presse RENAULT GROUP du 13 Février 2023, "Renault Group et Nissan renouvellent leur engagement en Inde : nouveaux investissements et nouveaux véhicules".

³⁵ Communiqué de presse Stellantis, 22 Février 2023, "Stellantis génère des résultats record pour l'année 2022" ; Communiqué de presse Stellantis, 22 Février 2023, "Stellantis approuve un programme de rachat d'actions" ; Les Echos, 22 Février 2023, "Stellantis se hisse au sommet de l'industrie automobile mondiale".

³⁶ Communiqué de presse Renault Group, 16 Février 2023, "Renault Group continue sa forte progression : profitabilité doublée, free cash-flow record, retour du dividende et nouvelle amélioration de la performance pour 2023" ; Communiqué de presse Renault Group, 14 Novembre 2022, "Mise en œuvre d'un programme de rachat d'actions propres".

³⁷ Plan stratégique Stellantis, "Dare Forward", p. 8.

³⁸ Les Echos, 16 Février 2023, "Luca de Meo : Renault est devenu une machine à faire du cash" ; Les Echos, 16 Février 2023, "Renault poursuit son redressement malgré les pertes liées à la Russie".

surestimée, Stellantis n'anticipant d'ailleurs qu'une proportion d'un tiers de ventes opérées en ligne en 2030³⁹.

Le changement de modèle procède plus vraisemblablement d'une stratégie opérée dans une logique financière, voire boursière : il s'agit de réduire drastiquement la rémunération des distributeurs (l'objectif est celui d'une réduction de 40 % chez Stellantis⁴⁰), ainsi que de revendiquer leur activité et leur clientèle, en d'autres termes, réduire tout à la fois le chiffre d'affaires et la rentabilité des acteurs de la distribution.

Ce projet est entrepris aux dépens du secteur de la distribution et de la réparation d'automobiles, qui représente 271.530 emplois directs, soit trois fois plus que les emplois directs des constructeurs⁴¹.

Stellantis a annoncé l'exclusion d'environ 20 % des 1.200 sites animés par ses distributeurs⁴² et n'a pas prévu d'autoriser ses quelques 2.200 agents de rang 2 à poursuivre la distribution des véhicules neufs, compromettant la pérennité de leurs entreprises.

L'activité de ces opérateurs et les revenus qu'elle génère, alimentent le tissu économique local et participent très largement à l'économie des régions, en particulier dans les zones les moins denses, où les constructeurs ne procéderont eux-mêmes jamais au moindre investissement.

Le tarissement des flux économiques qui menace de frapper les réseaux dans leurs ramifications les plus fragiles, mais aussi les plus nécessaires, aura également un impact sur l'offre de mobilité.

A l'échelle de l'entreprise, cela signifie que des distributeurs, qui ont constitué des organisations efficaces et formé des équipes compétentes, au sein desquelles se sont tissés des liens qui ne sont pas que professionnels, les uns comptant sur les autres, devront licencier tout ou partie de l'effectif et fermer des sites, voire l'entreprise elle-même : tirer un trait sur le travail de plusieurs années et dans certains cas, faire face à la soudaine exigibilité du passif.

Ces événements ne procèdent pas de l'évolution du marché, ni du processus de destruction créatrice décrit par Schumpeter, mais de la volonté de certains acteurs de s'approprier en toute impunité la valeur développée par d'autres.

Cette évolution ne s'appuyant sur aucune perspective crédible de la capacité

³⁹ Plan stratégique Stellantis, "Dare Forward", p. 30.

⁴⁰ Plan stratégique Stellantis, "Dare Forward", p. 11.

⁴¹ source Anfa : <https://www.anfa-auto.fr/metiers/decouverte-du-secteur> .

⁴² La Tribune, 4 Janvier 2023, "Stellantis va supprimer environ 20 % de ses points de vente".



du constructeur à maintien le service, ni à en conserver les revenus.

Le risque est celui d'une destruction économique majeure et irréversible, ainsi que d'importants dégâts sociaux, au nom de profits à court terme.

A Paris, le 3 Avril 2023.