



**HAL**  
open science

## Distribution automobile en Europe et concurrence :le point de vue de l'économiste

Philippe Barbet

► **To cite this version:**

Philippe Barbet. Distribution automobile en Europe et concurrence :le point de vue de l'économiste. Revue de la concurrence et de la consommation, 2005, pp.6. halshs-00205586

**HAL Id: halshs-00205586**

**<https://shs.hal.science/halshs-00205586>**

Submitted on 16 Jan 2008

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## **Distribution automobile en Europe et concurrence : le point de vue de l'économiste**

Philippe BARBET

Professeur d'économie à l'université de Paris XIII<sup>1</sup>

Le secteur de la distribution automobile en Europe présente une particularité au regard des règles générales de la concurrence : il fait l'objet d'un règlement d'exemption par catégorie. Celui-ci autorise la permanence de relations verticales fortes entre les constructeurs et leurs réseaux. Cette exemption est généralement justifiée par le caractère spécifique de l'activité et en particulier son importance dans la consommation des ménages et pour l'emploi.

Les dépenses liées à l'automobile représentent selon l'INSEE entre 10,5 à 11 % du budget des ménages français et est leur premier poste de consommation (l'achat logement étant un investissement des ménages). On note que les dépenses d'utilisation (entretien et réparation) connaissent une augmentation relative, à l'inverse des dépenses d'achat de véhicules qui tendent (relativement toujours) à décliner. Enfin, le secteur automobile est créateur de nombreux emplois directs (293 000 emplois dans la production d'automobiles, les équipements et les accessoires), indirects (réparation ou entretien pour 480 000 emplois), et induits (assurance, police etc.. pour près de 2.5 millions). Il est important de noter que la plupart des emplois indirects et induits sont difficilement délocalisables.

Ce système particulier de distribution a toutefois connu un certain nombre d'évolutions au cours des dernières années. Le règlement de 1985, prolongé en 1995 jusqu'à 2002 reposait sur la combinaison d'un système de distribution exclusif et sélectif (1). Lors de l'évaluation faite en 2000 par la Commission, le règlement a été accusé, un peu excessivement nous le montrerons, d'être le principal vecteur de la segmentation du marché européen. (2). Le nouveau système mis en place depuis 2002 oblige désormais les constructeurs à choisir entre distribution sélective et exclusive et devrait contribuer à améliorer le fonctionnement du marché unique au bénéfice des consommateurs (3).

### 1 – La distribution automobile et les règlements d'exemption par catégorie entre 1985 et 2002

L'enjeu économique et social de la distribution automobile est important et a sans doute contribué à justifier l'octroi d'un règlement d'exemption par catégorie aux règles communes de la concurrence par la Commission européenne. La Commission a estimé qu'il était souhaitable d'assouplir les règles de la concurrence dans cette activité afin de protéger l'existence d'un réseau dense et proche des consommateurs. Rappelons que la mise en place d'un régime d'exemption aux lois de la concurrence est en principe justifié si son application augmente l'efficacité économique d'une filière, et si les consommateurs reçoivent une part « loyale » du surplus dégagé.

---

<sup>1</sup> barbet@seg.univ-paris13.fr

Le régime d'exemption par catégorie dont a bénéficié la distribution des automobiles en Europe a été initié en 1985, puis renouvelé moyennant quelques aménagements en 1995 et s'est terminé en 2002. Il est à noter que l'un des conditions prévue en 1985 n'a pas été respectées puisque Commission avait menacé de supprimer l'exemption si les différentiels de prix entre les véhicules vendus en Europe étaient supérieurs à 12 % pendant au moins une année. Or, force est de constater que les différentiels moyens de prix constatés ont toujours été supérieurs à cette limite (20% en moyenne actuellement). L'harmonisation des prix – conséquence normale d'un marché unique – n'a donc pas fonctionné de manière optimale.

### Le système en vigueur entre 1985 et 2002

Entre 1985 et 2002, le système d'exemption reposait sur la possibilité, pour les constructeurs, de combiner une distribution sélective et exclusive.

#### Distribution sélective

Les constructeurs pouvaient imposer des critères quantitatifs à leurs réseaux de distribution : contrôle du nombre de distributeurs, de leur rémunération et des objectifs de vente qui leur sont assignés. Les critères qualitatifs renvoyaient au nombre de travailleurs, à la formation, à la publicité, à la surface de vente. La revente à des distributeurs indépendants était interdite. En revanche, les distributeurs devaient assurer le service après vente, ceci quel que soit la localisation de l'achat du véhicule.

#### Distribution exclusive

Les distributeurs, en monopole sur une zone d'exclusivité territoriale, ne pouvaient faire du démarchage direct auprès des consommateurs au-delà de leur zone (par exemple par de la publicité adressée).

Le système de distribution sélective et exclusive a conduit à une réduction de la concurrence intra-marque (sur des modèles produits par un même constructeur). En revanche, la concurrence inter-marque n'a pas été affectée, puisque les consommateurs d'automobiles pouvaient toujours acheter un véhicule d'une autre marque. Ce système a également entraîné une réduction des flux transfrontières et de la concurrence entre les marchés européens. Il est devenu difficile d'acheter un véhicule hors des frontières, à moins de se déplacer directement à l'étranger ou d'avoir recours à un mandataire. On a reproché à ces mandataires d'être des passagers clandestins, dans la mesure où ils ne supportaient pas tous les coûts liés au réseau, comme le service après-vente. Surtout, un consommateur averti de l'existence de ces mandataires pouvait accroître la concurrence pesant sur les concessionnaires nationaux. Des comportements opportunistes se sont développés, certains consommateurs cherchant à négocier le prix de vente du véhicule en présentant la proposition d'un mandataire. Ces comportements ont parfois suscité des contre-mesures – relativement inefficaces – de la part des constructeurs.

### 2 – Les principales conclusions de l'évaluation du système en 2000 : les facteurs de la segmentation du marché européen

Ce système d'exemption a fait l'objet d'une évaluation par la Commission européenne en 2000. Les études, menées par des cabinets de consultants et des économistes, ont abouti à des conclusions très claires : les consommateurs européens ne semblent pas avoir retiré une part équitable des supposés bénéfices économiques du régime d'exemption. Les écarts de prix de ventes des mêmes véhicules en Europe persistent et la concurrence intra-marque fonctionne donc de manière très imparfaite. Ces études ont donc mis en évidence l'existence d'une forte segmentation sur des bases nationales du marché européen, alors qu'on pouvait s'attendre à une homogénéisation de celui-ci. Cette segmentation a été attribuée, peut-être hâtivement et nous le montrerons, à ce règlement d'exemption et aux restrictions verticales existant entre les constructeurs et distributeurs.

Un des indicateurs de segmentation du marché européen est la relative faiblesse des flux de réimportations alors que les différentiels de prix de vente dans les divers pays sont importants. En France, les réimportations ne représentent que 6 % des immatriculations soit 120 000 véhicules sur environ 2 millions vendus. Ces réimportations restent complexes pour les particuliers et ceux-ci passent souvent par l'utilisation des services des mandataires.

La question du maintien de différentiels de prix importants dans les pays européens est cruciale dans l'appréciation du caractère plus ou moins concurrentiel de la distribution en Europe. Il convient toutefois de constater que le maintien de différentiels de prix très importants dans cette activité n'est pas une spécificité européenne. Ainsi, aux Etats-Unis par exemple, dans un système de distribution différent, on constate la persistance de différences importantes dans les prix de vente. La distribution automobile est probablement le seul secteur économique dans lequel la dispersion des prix, pour une même marque sur différents marchés, est plus importante que la différence entre marques sur un même marché.

Les comportements de constructeurs et des distributeurs en Europe sont pourtant particulièrement surveillés et, tous les six mois, la Commission publie une évaluation du prix des véhicules en Europe. On constate une tendance très nette à la convergence mais les divergences étaient telles que les écarts de prix restent significatifs.

Si l'on prend comme exemple les prix de trois véhicules appartenant à des gammes différentes et disponibles sur la période allant de novembre 2000 à novembre 2003 : la Renault Clio (entrée de gamme) l'Opel Astra (moyenne gamme), la Ford Mondéo (haut de gamme). On constate que, sur cette période, les écarts de prix moyens ont eu tendance à se réduire, même s'ils passent difficilement en dessous du seuil de 20 %, ce pourcentage étant une moyenne. Les prix les plus élevés sont relevés en Allemagne et en Autriche, et les plus faibles en Grèce, en Finlande et au Danemark. Ces écarts de prix en pourcentages sont significatifs en valeur, ainsi, le dernier rapport de la Commission montre qu'un consommateur allemand qui achète une Volkswagen Passat en Grèce peut économiser environ 5 000 euros.

Comment expliquer la persistance de cette segmentation du marché européen ? Outre que certains acteurs peuvent avoir des comportements déviants par rapport aux règles de la concurrence, certains facteurs plus externes à l'industrie peuvent

être à l'origine de cette segmentation. Notons en premier lieu que le marché automobile européen est globalement très concurrentiel. Ainsi, le taux de pénétration des modèles étrangers sur le marché français qui était de 23% en 1980 et désormais de 42%. De plus, et depuis 2000, les restrictions quantitatives qui pesaient sur les importations de voitures japonaises en Europe ont été levées. Enfin, et sur la période 1992/2000, l'évolution des prix des véhicules est toujours plus faible que celle des prix à la consommation.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer l'intégration limitée des marchés européens, notamment l'existence de taxes parafiscales différentes et particulièrement élevées dans plusieurs pays européens. Ces taxes peuvent conduire les constructeurs à produire des véhicules différenciés pour des marchés nationaux. En France par exemple, l'augmentation de la vignette au-dessus de 7 chevaux incitait les constructeurs à produire et à réserver en priorité au marché français des véhicules dont les caractéristiques permettaient de rester en dessous de cette limite. La fiscalité sur les carburants peut également conduire à des segmentations nationales, ainsi, la forte « diésélisation » du parc français n'est pas étranger à la fiscalité allégée du gazole. D'autres spécificités nationales peuvent également segmenter le marché européen (limitations de vitesse, valorisation de la sécurité, usage des véhicules, type de réseau et même taille moyenne des habitants etc)

Les taxes parafiscales directes qui pèsent sur l'achat de véhicules automobiles sont également un puissant facteur de segmentation et la politique des pays européens est très différente. La Finlande prélève une taxe parafiscale de 100 % de la valeur HT des véhicules; en Grèce, cette taxe varie de 16 à 128 % selon le véhicule et au Danemark, de 105 à 180 %. A l'autre extrémité du spectre, des pays comme l'Allemagne et la France ne prélèvent pas de taxe parafiscale. Ces différentiels de taxation conduisent à s'interroger sur une analyse de la segmentation qui est focalisée sur les écarts de prix hors taxes. Dans l'Union européenne, les différentiels de taxes sont beaucoup plus importants que les différentiels hors taxes et peuvent en partie les expliquer. En effet, les constructeurs tendent à réduire leurs prix de vente HT dans les pays où les taxes parafiscales sont les plus élevés afin que les prix de vente TTC ne soient pas trop importants. Les différentiels de prix HT constatés sont donc en partie expliqués par les différentiels de taxation.

Depuis la mise en place de la monnaie unique dans un certain nombre de pays européens, un autre facteur de segmentation a disparu mais il a été significatif dans la période antérieure. Ainsi, on a constaté: en 1992 et 1995, alors que les monnaies espagnole et italienne étaient dévaluées de 25 % par rapport aux autres monnaies européennes que les constructeurs n'avaient pas entièrement répercuté les variations pour ne pas se trouver en situation délicate face à des producteurs locaux ou domestiques.

La segmentation des prix de vente HT des automobiles sur les différents marchés nationaux en Europe est une réalité incontestable mais il convient sans doute d'en diversifier les causes et, en particulier, de prendre en compte les différentiels de fiscalité indirects qui restent une des premières causes des différentiels de prix. On peut également regretter que certains avantages « hors prix » du régime d'exemption comme la densité et la qualité du réseau, reconnues par les enquêtes réalisés

auprès des consommateurs, aient été pris en compte de manière marginale dans l'appréciation finale de ce régime particulier.

### 3 – La nouvelle donne sur le marché de la distribution automobile

En anticipant la fin du règlement d'exemption par catégorie (en 2002), la Commission a proposé un nouveau règlement qui contraint chaque constructeur à choisir, pour le développement de son réseau de distribution, entre la sélectivité et l'exclusivité.

-L'exclusivité sans la sélectivité se traduit par le droit pour le distributeur de revendre à des revendeurs indépendants, sur une zone de vente exclusive. Elle instaure une sorte de monopole local avec possibilité de diversifier les réseaux de distribution (vente de plusieurs marques, vente par Internet)

-La sélectivité sans l'exclusivité se traduit par le droit de vendre directement à l'étranger, sans pouvoir vendre à des indépendants.

Ce système a l'avantage de ne pas remettre en cause de manière brutale un système de distribution spécifique qui, bien que présentant un certain nombre de défauts, ne s'est pas révélé totalement inefficace. Il devrait permettre une transition douce vers une banalisation de la distribution, phénomène inéluctable pour un produit de masse. Il doit également permettre d'accompagner le développement des nouvelles technologies comme l'Internet qui pourrait devenir le principal instrument permettant de confronter l'offre et la demande sur ce marché. En outre on attend de la distribution multimarque la possibilité de bénéficier d'économies d'échelle et donc de faire baisser les coûts et les prix au niveau de la distribution de véhicules. La Commission attend de cette évolution une augmentation de la concurrence et surtout une meilleure rétrocession aux consommateurs des bénéfices (par des baisses de prix) de la rationalisation des réseaux de ventes mais aussi de réparation. Il est bien entendu trop tôt, à ce jour, pour juger des chances de réussite de cette mutation certes maîtrisée mais importante de la distribution automobile en Europe.

### BIBLIOGRAPHIE

BOUCKAERT J. AND F. VERBOVEN, 2000, Price Differences and Price Setting in the European car market", in: H. Ooghe, F. Heylen, R. Vander Vennet and J. Vermaut (eds.), *The economic and business consequences of the EMU*, Kluwer Academic Publishers, Boston, pp. 301-328.

CEPII, 2000, The Convergence of Automobile Prices in the European Union: an Empirical Analysis for the Period 1993-1999, *Working Paper*.

GOLDBERG, P.K. AND F. VERBOVEN, 2000, The Evolution of Price Dispersion in the European Car Market, *Review of Economic Studies*, 68(4), pp. 811-848.

LUTZ M., 2000, Pricing in Segmented Markets, Arbitrage and the Law of One Price: Evidence from the European Car Market", *CSGR Working Paper No. 53/00*.

MERTENS Y., 1990, Modelling Price Behaviour in the EC Car Market: 1970-1985, EI/1, The Economics of Industry Group, London School of Economics, 35p.

