

COMMERCE AUTOMOBILE

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?



SOMMAIRE

LE MARCHÉ DU COMMERCE AUTOMOBILE	2
LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE AUTOMOBILE	5
L'ACTIVITÉ DU COMMERCE AUTOMOBILE	6
LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE AUTOMOBILE	9
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	12

LE MARCHÉ DU COMMERCE AUTOMOBILE

Après plusieurs années très difficiles, le marché de l'automobile se redresse (+ 5,1% pour les véhicules neufs et + 1,5% pour les véhicules d'occasion en 2016).

Plusieurs facteurs stimulent la vente d'automobiles : l'amélioration du pouvoir d'achat des ménages, la baisse des taux d'intérêt et le lancement de nouveaux modèles.

Toutefois, le secteur subit une pression concurrentielle de plus en plus forte. Les entreprises s'adressent directement aux constructeurs tandis que les transactions de véhicules d'occasions se font de plus en plus entre particuliers, chez un spécialiste de la réparation et de l'entretien automobile ou via Internet. Sous l'effet des évolutions de la réglementation européenne, ce contexte concurrentiel s'intensifie : introduction du principe de multimarquisme qui permet à un même concessionnaire de représenter plusieurs constructeurs, ouverture de l'accès à la distribution automobile à d'autres canaux et liberté pour les concessionnaires de s'établir dans un pays de l'Union européenne.

Par ailleurs, le succès des modèles économiques pèse sur les marges des professionnels.

En outre, sous l'effet des politiques publiques (lutte contre la pollution, développement des moyens de transport public) et des arbitrages budgétaires des ménages, le rapport à l'automobile évolue : développement de la location entre particuliers, du covoiturage, des voitures électriques en libre-service, etc.

Tendances

Dans les prochaines années, le marché automobile évoluera sous l'effet des innovations technologiques (voitures électriques, voitures autonomes).

L'organisation du marché

- **Les concessionnaires** exercent leur activité dans le cadre d'un contrat avec un constructeur en assurant la vente et l'après-vente des véhicules de leur marque
- **Les agents de marque** sont liés par un contrat avec un concessionnaire pour la vente de véhicules sur lesquels ils sont commissionnés
- **Les indépendants**, essentiellement positionnés sur le segment de l'occasion, sont, soit des garagistes, soit des distributeurs de carburants, soit des propriétaires d'un dépôt-vente
- **Les mandataires** achètent des véhicules au nom de leurs clients, en particulier au sein de l'union européenne.
- **La grande distribution** : depuis le 1er octobre 2003, la grande distribution peut commercialiser des véhicules neufs.
- **E-commerce** : intermédiaire entre les particuliers et les professionnels, Internet est un outil de plus en plus utilisé par les ménages sur le segment du neuf et de l'occasion. La majorité des ventes sur Internet concerne les véhicules d'occasion pour lesquels ce mode de distribution est en plein essor : sites d'intermédiations spécialisés (Caradisiac, La Centrale...), sites d'intermédiation généralistes (Ebay, ParuVendu...), sites des réseaux de constructeurs de véhicules d'occasion, de certains concessionnaires et de vente aux enchères multiplient leurs offres en ligne. Bien que moins importante à l'heure actuelle, la vente de véhicules neufs sur internet se développe elle aussi: elle est essentiellement assurée par les mandataires et les pure-players, les sites de constructeurs et ceux des concessionnaires ne permettant pour l'instant que de réaliser des devis.

		COMMERCE AUTOMOBILE
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2016	37 659 ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2014	100,037 Md€ ⁽²⁾
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2010)	2016	116,4 ⁽³⁾
	2015	106,9
	2014	100,2
	2013	98,2
	2012	100,8
	2011	103,9
	2010	100,0

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2016 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 1er janvier 2016.

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : "Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers" - INSEE, Bulletin statistique.

LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE AUTOMOBILE

Les aptitudes professionnelles

Aucun diplôme ne prépare aux métiers du commerce automobile. Il faut être avant tout un excellent commercial sachant anticiper les tendances et repérer les opportunités.

A la fois négociateur et gestionnaire, le professionnel doit avoir une parfaite connaissance du marché de l'automobile.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

La distribution de véhicules et d'équipements automobiles est très réglementée. Le règlement CE 461/2010 applique le règlement 330/2010 aux accords verticaux relatifs à l'achat, à la vente ou à la revente de véhicules automobiles neufs.

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant sur l'urbanisme commercial : le seuil d'autorisation d'implantation et d'extension des surfaces commerciales est relevé de 300 à 1 000m². Les critères de densité commerciale par zone (ratio de surfaces commerciales au m²/1 000 habitant) sont supprimés.

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DU COMMERCE AUTOMOBILE

L'installation

En raison de la concentration des réseaux, les créations sont de plus en plus rares . La reprise est le mode d'installation le plus courant.

Les investissements

Le parc d'exposition extérieur et intérieur (minimum 1000 m²), l'agencement et la sécurité (caméras, alarmes, assurances) représentent la plus grosse part des investissements. Pour les concessionnaires, la gestion informatisée des stocks est indispensable du fait du nombre de références mais aussi de l'obligation de s'intégrer au système informatique des constructeurs (véhicules, pièces de rechange...) Le stock de départ (véhicules et équipements) est financé par un crédit vendeur pour les concédants et par un crédit court terme de la filiale financement du fabricant dans les autres cas.

La gestion

Le suivi au quotidien

Le concessionnaire suit l'évolution et la répartition des ventes entre véhicules neufs et d'occasion, le niveau des ventes de pièces détachées et le volume des facturations de services rapides et des prestations forfaitaires. L'amélioration de la qualification du personnel d'atelier devient ainsi une contrainte de gestion incontournable. L'agent de marque, le plus souvent rémunéré à la commission, suit en priorité la répartition de son chiffre d'affaires entre reventes (véhicules et pièces détachées) et prestations de service.

Les recettes de l'activité

Il existe d'importantes disparités entre concessionnaires et agents, le chiffre d'affaires des premiers étant surtout constitué par des ventes de véhicules alors que la vente de pièces détachées et les réparations représentent la principale activité des seconds.

Les charges à surveiller

La maîtrise des charges repose essentiellement sur la rationalisation des coûts de distribution et la maîtrise de la gestion des stocks afin de réduire les frais financiers liés à leur financement.

La maîtrise du résultat

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, le résultat dépend, pour un concessionnaire, de la capacité à maintenir une marge brute suffisante sur la vente de véhicules neufs et la reprise de véhicules d'occasion. L'agent de marque doit suivre plus particulièrement la rentabilité de son atelier face à la concurrence croissante des constructeurs (Renault minute, Peugeot rapide...) et des centres auto. La gestion optimale des stocks doit être également recherchée, qu'il s'agisse des véhicules ou des pièces détachées dont les acquisitions sont désormais libéralisées.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Compte tenu de l'importance de l'actif circulant, les capitaux permanents doivent être élevés avec, si possible, une part de fonds propres supérieure à 40% des ressources stables. En effet, malgré un crédit fournisseurs significatif, le besoin en fonds de roulement représente en moyenne 1 à 1,5 mois de chiffre d'affaires.

		COMMERCE AUTOMOBILE
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2016	8 057 ⁽¹⁾
	2015	7 529
	2014	8 013
	2013	7 461
	2012	6 487
	2011	5 923
	2010	5 597
	LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen
Marge brute		28,73 % du CA
Excédent brut d'exploitation		9,61 % du CA
Rotation des stocks		77 jours de CA
Crédit clients		12 jours de CA
Crédits fournisseurs		26 jours de CA
Besoin en fonds de roulement		38 jours de CA

⁽¹⁾Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾Source : Moyenne indicative élaborée à partir de données Insee "Données du compte de résultat et bilan pour les personnes physiques". Données exprimées en % et jours de chiffre d'affaires.

LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE AUTOMOBILE

Les principales difficultés du métier

Très lié à la conjoncture (croissance économique, mesures gouvernementales...) le secteur de la distribution automobile est risqué.

• Le montant des investissements :

Les encours crédits générés par ce secteur sont importants. En effet, les constructeurs ou les têtes de réseaux sont de plus en plus exigeants sur la qualité des normes et les superficies des points de vente, ce qui nécessite des investissements importants.

• L'importance des stocks :

L'importance des stocks, aussi bien en véhicules neufs ou d'occasion qu'en pièces détachées, nécessite un besoin en fonds de roulement élevé (de 30 à 40 jours de chiffre d'affaires HT).

• L'importance des variations cycliques du secteur :

Le marché de la vente des véhicules neufs est extrêmement cyclique, amplifiant les problèmes de trésorerie. Pour les entreprises saines financièrement, la diversification dans des activités complémentaires (contrats d'entretien, pièces détachées, ventes d'équipements...) permet de mieux réguler les variations.

• L'évolution de la concurrence :

Sur le segment du véhicule neuf, l'ouverture de la distribution automobile à de nouveaux entrants (dont la grande distribution) et le multimarquisme entraînent

une forte intensification des pressions concurrentielles sur la vente de véhicules. Concernant le segment des véhicules d'occasion, la concurrence est forte, constituée des particuliers, des grandes surfaces alimentaires ainsi que des spécialistes de la réparation automobile. Les relais de croissance que constituent les services de réparations sont eux aussi de plus en plus exposés à la concurrence des réseaux spécialisés (services de réparations rapides, centres autos.....).

Dans ce contexte, seules les entreprises ayant une situation financière solide et une forte notoriété pourront s'adapter au nouveau contexte qui s'impose aux professionnels du secteur.

		COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE
EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE	2016	12 516 (1)
	2015	13 608
	2014	13 783
	2013	14 102
	2012	13 647
	2011	13 424
	2010	13 265
	2009	13 820
	2008	12 695
	2007	11 924
	2006	11 480

		COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE
TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	2005	11 896
	Commerce automobile	43,9 % ⁽²⁾
	Commerce et réparation	46,1 %
	Moyenne tous secteurs	51,9 %

⁽¹⁾ Source : Banque de France.

⁽²⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2006.

Les principales organisations professionnelles

CNPA

Conseil National des Professions de l'automobile
50 rue Rouget de Lisle 92158 Suresnes Cedex
Tel : 01 40 99 55 00
<http://www.cnpa.fr>

CCFA

Comité des Constructeurs Français d'Automobiles
2 rue de Presbourg - 75 008 Paris
Tel : 01 49 52 51 00
<http://www.ccfa.fr>

La presse spécialisée

L'automobile Magazine

<http://www.automobile-magazine.fr>

L'auto Journal

<http://www.autojournal.fr>

Auto Plus

<http://services.autoplus.fr>