

GESPREK MET BERNARD LYCKE (CECRA)

“Constructeurs en distributeurs moeten **het juiste evenwicht** vinden”



Ook de automobielsector wordt niet gespaard door de coronacrisis. De distributeurs en de aftersales ondergaan de lockdowns in België en een boel andere landen op heel diverse manieren. We praten erover met Bernard Lycke, algemeen directeur van de Europese Raad voor de Autohandel en de Auto-reparatie (CECRA, Conseil Européen du Commerce et de la Réparation Automobiles) waarvan TRAXIO lid is.

Philippe Berkenbaum

Welke impact heeft de crisis in 2020 al gehad op de autoverkoop en de aftersales?

De situatie in Europa verschilt van land tot land, al naargelang de maatregelen die tijdens de lockdowns in de lente en de herfst aan de sector werden opgelegd. Het goede nieuws is dat de werkplaatsen overal open mochten blijven tijdens de tweede golf, in tegenstelling tot de eerste. Er golden toen beperkingen voor de aftersales, met name in België. De showrooms moesten de deuren sluiten in België en Frankrijk, terwijl dat in Duitsland en Spanje bv. niet het geval was. Bij ons mochten de dealers ook enkel voertuigen leveren die online besteld waren. Al deze situaties hebben in meerdere of mindere mate gewogen op de verkoop- en winstcijfers van onze leden.

Het aantal inschrijvingen van nieuwe voertuigen geeft een goed beeld van de omvang van de schade. Op Europees niveau is er sprake van een gemiddelde daling van 20 tot 25 % in 2020, wat enorm is. We doen nog geen voorspellingen voor 2021 maar er is zeker geen reden voor optimisme. De autosector wordt tijdens deze crisis extra zwaar getroffen omdat veel consumenten hun aankoop uitstellen of kiezen voor tweedehandsalternatieven – de verkoop van occasionvoertuigen is in verschillende landen, waaronder ook België, explosief toegenomen. Er zullen effecten zijn op de lange termijn maar het is nog te vroeg om alle gevolgen voor de dealers nu al in te schatten. We zien gelukkig wel dat de meeste merken hun netwerken bijstaan om de crisis door te komen.

Hoe gaat de markt zich aan deze crisis aanpassen? Door massaal in te zetten op digitalisering?

Onze leden moeten investeren in technologie maar ook in human resources om de leads veel sneller te kunnen afhandelen. Consumenten willen hun informatie- of aankoopproces online en offline kunnen opvolgen. Distributeurs die zich daar niet aan aanpassen en bv. geen performantere website ontwikkelen, zullen denk ik op een zijspoor belanden omdat andere spelers het van hen overnemen. Die trend houdt uiteraard nog een ander gevaar in, namelijk dat de directe verkoop toeneemt voor bepaalde categorieën klanten en voertuigen en bepaalde constructeurs hun onlineverkoop zelf uitbouwen. De dealer dreigt dan enkel nog als een leveringspunt beschouwd te worden, met een delivery fee als vergoeding die niet eens zijn kosten meer dekt. Ik ben dus de eerste om dealers aan te moedigen te investeren in alle performante digitale tools zoals een professionele website, een efficiënte opvolging van leads, tablets zodat klanten hun voertuigen zelf ter plaatse kunnen configureren en hun eventuele vragen snel beantwoord zien, en dat vereist natuurlijk goed opgeleid personeel. Voor CECRA moet er een evenwicht zijn tussen de noodzakelijke investeringen in digitalisering

“ER MOET EEN EVENWICHT ZIJN TUSSEN DE NOODZAKELIJKE INVESTERINGEN IN DIGITALISERING EN DE ALMAAR MINDER NUTTIGE BESTEDINGEN, BV. DE TE GROTE RUIMTES VOORBEHOUDEN AAN SHOWROOMS.”

en de almaar minder nuttige bestedingen, bv. de te grote ruimtes voorbehouden aan showrooms. Sommige normen die door de merken opgelegd worden, moeten herzien worden wanneer de contracten afgestemd worden op de nieuwe Europese reglementering (hieronder meer daarover). Constructeurs en distributeurs moeten het juiste evenwicht zien te vinden.

Weegt deze specifieke context op de relaties tussen constructeurs en distributeurs?

De meeste Europese markten zijn nog altijd gebaseerd op een systeem met onafhankelijke concessies van constructeurs. Het financiële risico wordt gedeeld tussen de merken en hun netwerken, wat het systeem een zekere soliditeit verleent. Bepaalde merken overwegen echter de klassieke distributiecontracten te vervangen door overeenkomsten met agenten. In tegenstelling tot een dealer investeert zo een agent niet of nauwelijks en verkoopt hij voertuigen voor rekening van het merk waarvoor hij een commissie ontvangt. Dat biedt hem enige zekerheid met beperkte investeringen. Als je weet dat dealers moeten instemmen met zware investeringen terwijl hun marges en hun winstcijfer bij de verkoop van nieuwe voertuigen almaar afnemen, zullen enkele van onze leden, en vooral de kleinere spelers, zeker in de verleiding komen zich naar zo'n agentmodel te schikken. Volgens mij kan een dergelijk systeem echter niet veralgemeend worden voor alle merken en alle markten. Het succes ervan zal ook afhangen van de nieuwe Europese verordeningen.

Hoe staat het met die nieuwe regels van de toekomst? Zullen de groepsvrijstellingsverordeningen hernieuwd worden?

Even herhalen dat er daar twee van zijn. De algemene verordening 330/2010 is van toe-

passing op alle sectoren waaronder de autoverkoop en verstrikt op 31 mei 2022. De laatste specifieke verordening 461/2010 betreft de aftersales en loopt een jaar later af, op 31 mei 2023. Wat de eerste verordening betreft leverde de Commissie na aanvang van een lang proces, waarbij alle betrokken spelers gehoord werden, een synthese af onder de vorm van een lijvig werkdocument van 232 bladzijden. Wat moeten we daaruit onthouden? De algemene verordening moet verlengd worden... maar de inhoud ervan is nog altijd compleet onzeker. Bij de aanpassingen zal rekening moeten worden gehouden met de ontwikkelingen die de markt sinds 2010 hebben beïnvloed, zoals de e-commerce. Wij hopen dat er regels worden opgesteld om de directe verkoop en de verkoop via internet duidelijker te omlijnen. Zoals al gezegd, begrijpen we hoe belangrijk het internet voor de consument is. Maar dealers kunnen niet overleven als constructeurs ze kunnen passeren of hun rol reduceren tot die van leveringspunt. Er is ook de kwestie van de 'dual price'. Kan men bij een investering in een fysieke showroom andere prijzen hanteren dan de 'pure players' die louter via het internet verkopen? We hopen dat de nieuwe verordening de gelegenheid vormt een aanpassing door te voeren en een beter evenwicht te vinden tussen alle betrokken partijen. We moeten ook rekening houden met talrijke andere punten zoals interne en externe merkenconcurrentie bv. die een directe impact heeft op de keuzevrijheid van de consument en op de prijzen.

En voor de aftersales?

Het risico bestaat dat de Commissie R461/2010 zal schrappen omdat het om een uitzondering gaat. Wij zijn een van de laatste sectoren die onder een dergelijke specifieke verordening vallen. We pleiten ervoor de verordening te verlengen of, in het andere geval, een specifiek hoofdstuk

voor de automobielsector in de algemene verordening te voorzien en dat zowel voor de verkoop als de aftersales. Een wagen is tenslotte geen gsm! Voor consumenten is de aankoop van een voertuig de tweede belangrijkste aankoop na die van een huis, op financieel vlak maar ook wat betreft de veiligheid en het milieu. Er moeten in het bijzonder garanties worden geboden m.b.t. de erkende herstellende die door de constructeur gekozen worden, het behoud van de constructeursgarantie als de consument zijn voertuig door een onafhankelijke reparateur laat herstellen en de toegang tot technische voertuiginformatie.

Hoe staat het in dat verband met de SERMI-erkenningsprocedure?

We strijden al jaren voor een Europese wetgeving over de toegang tot voertuiggegevens. Er is veel werk verricht en de Commissie verwacht tegen februari 2021 op het verslag van de adviseur die zij heeft aangesteld om haar besluit over het al dan niet opleggen van wetgeving en de inhoud ervan mee te delen. SERMI (Security Related Repair & Maintenance Information) betreft meer bepaald de data over de beveiliging van het voertuig. Het is een feitelijke vereniging die in België opgericht werd door de constructeurs (ACEA) en vier verenigingen die lid zijn van AFCAR, waaronder CECRA. Bedoeling is herstellende een soort goedkeuring te verlenen die interventies toelaat op stukken gerelateerd aan de beveiliging van een wagen. Op termijn willen we bereiken dat deze erkenning op Europees niveau opgelegd wordt. We werken samen met de Commissie en verwachten dat de tekst in februari of maart via een 'delegated act' wordt aangenomen om vervolgens in 2023 in werking te treden. In afwachting daarvan heeft CECRA voor SERMI een nieuwe website ontwikkeld waarop alle geïnteresseerden hun vragen kunnen stellen (www.vehiclesermi.eu).

OPLEIDING EN ECO ONDERHOUD PROMOTEN

CECRA telt 19 nationale verenigingen die autoverdelers en -herstellende vertegenwoordigt en 9 Europese groeperingen van concessiehouders. De voorzitter is Jean-Charles Herrenschildt en er zijn twee Belgische bestuurders: Peter Daeninck (ook voorzitter van de afdeling 'European Car Dealers') en Christian Rampelbergh. CECRA heeft niet stilgezeten tijdens de crisis. "We hebben verschillende acties ondernomen voor de distributie en de aftersales, alleen en in samenwerking met andere verenigingen", verduidelijkt Bernard Lycke. "Op die manier hebben we de aandacht van de Europese autoriteiten op de autosector kunnen vestigen, die als eerste onderworpen zal zijn aan een specifiek pact, 'Pact for Skills'. Bedoeling is te investeren in de opleiding van personeel dat zich zal moeten aanpassen en scholen om deze crisis te overwinnen, met name in nieuwe technologieën. Voor de aftersales hebben we in gezamenlijk overleg gewerkt aan een tekst met 25 maatregelen, waaronder ook het Eco Onderhoud. Dat is een belangrijk thema voor TRAXIO dat we op Europees niveau willen promoten."

“ WE BEGRIJPEN HOE BELANGRIJK HET INTERNET VOOR DE CONSUMENT IS. MAAR DEALERS KUNNEN NIET OVERLEVEN ALS CONSTRUCTEURS ZE KUNNEN PASSEREN OF HUN ROL REDUCEREN TOT DIE VAN LEVERINGSPOINT.”