

40 327
exemplaires

ACPM
DIFFUSION

Mise en distribution certifiée

Numéro 102 | Avril 2023



VÉHICULES INDUSTRIELS

Les transporteurs tournés vers l'électrique

83 % des entreprises de transport se disent prêtes à passer à l'électrique... mais l'autonomie reste un frein, selon une enquête AddSecure. P. 60



zePROS

après
vente

auto

P.22 ENTRETIEN PRÉDICTIF

Le futur dans les ateliers

Retrouvez les marchés incontournables et super-bataillés :
lubrifiants et filtrations P.26



zePROS après
vente
réseaux

À LA UNE : Tendances marchés, nouveaux services, rencontres fournisseurs... Après deux ans de pause, les enseignes relancent la tradition des conventions. Indispensable courroie de transmission avec les adhérents. P.42





Formulée - **Fabriquée**
100% **En terre** Limousine.



RETROUVEZ NOUS!



Familiale et Française depuis 1934



ÉDITO

© Jean-Paul Loyer



Caroline Ridet
Directrice de la rédaction

Jusqu'ici, ça va

Après la sortie de crise sanitaire, si les analystes anticipaient un effet booster de rattrapage, ils prévenaient également de ne pas s'habituer à cette embellie et classaient 2022-2023 en zone à risque. Finalement, à l'heure où tous ont sorti leur bilan, et hormis quelques entreprises fragiles ayant peiné à passer le cap, l'année 2022 fut porteuse, voire « historique » pour certains garagistes interrogés par Zepros *Après-Vente Auto*.

Quid de 2023 ? Les premiers signaux (pages 4-5, 26-29 et 34) restent au vert en valeur – merci l'inflation – mais le repli se dessine en volume ! Et alors ? Vendre moins pour gagner plus n'est pas un si mauvais calcul, théorisent déjà certains grands industriels ! Pour prendre la température du terrain auprès de réparateurs, distributeurs... Zepros a posé la question dans le cadre d'un sondage en ligne.

Après ce premier trimestre presque clôt, un peu plus de la moitié des plus de 200 pros qui ont eu la gentillesse de répondre à notre questionnaire sont plutôt confiants (pages 6-7). Et même près d'un quart est carrément optimiste, porté par un parc vieillissant passé à 11,39 ans en moyenne (vs 10,39 en 2021 selon les données des AAA) et des consommateurs soucieux de prolonger la vie de leur véhicule. Mais pas d'angélisme non plus : tous gardent les yeux rivés sur les fondamentaux comptables de leur entreprise pour ne pas rater un possible retournement de tendance, dans ce contexte particulièrement instable. L'autre moitié s'estime déjà fragilisée par les crises à répétition. Au cœur des préoccupations, l'inflation : des coûts énergétiques et d'appro en pièces (lire page 48), mais aussi celle qui pourrait commencer à assécher le porte-monnaie de la clientèle.

D'autant plus déstabilisés qu'ils savent que se profilent dans un futur proche des mutations qu'il faudra impérativement investir. Et cette fois, Zepros a braqué le projecteur sur l'arrivée discrète mais prégnante de l'entretien prédictif tiré par un parc récent connecté. Et sur ce terrain, les réparateurs multimarques sont encore particulièrement absents. Attention, les constructeurs, eux, voient en cet entretien 3.0 leur carte maîtresse pour percer les lignes d'un après-vente sur lequel les indépendants étaient jusqu'ici donnés gagnants (pages 22-24). ●

LA PHRASE DU MOIS



« Le 100% électrique n'est pas une solution miracle. [...] L'ennemi est l'énergie fossile, pas une technologie particulière. »

Luca de Meo, directeur général de Renault, qui promet 100 % de véhicules zéro émission pour la marque au losange en Europe dès 2030.

SOMMAIRE

INDICATEURS	4
SONDAGE EXCLUSIF	6
2023 : entre optimisme et prudence	
ANALYSE	8
PEOPLE	10
ACTUALITÉS	12
VOS RÉGIONS	16



Le thermique n'a pas dit son dernier mot. 12



Bilan annuel : le pneu voit rouge. 34

FOCUS	
Entretien prédictif : votre prochaine révolution	22
MARCHÉ	26
BUSINESS	
Sourcing	32
Pneumatiques	34
CAHIER DES RÉSEAUX	37
Actualités	38
Enseignes	40
Focus : conventions réseaux, fixer le cap à suivre	42
MÉTIERS	
Réparateurs agréés	44
Réparateurs indépendants	46
Carrossiers	50
Distributeurs / Équipementiers	52
Véhicules industriels	58



Le préventif pour maintenir un parc vieillissant. 46

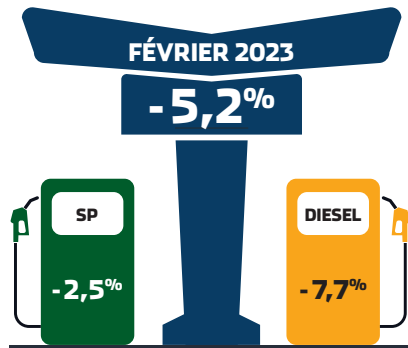


AAG continue le déploiement de NAPA. 56

NOUVEAUTÉS PRODUITS	62
---------------------	----

VOLUME CARBURANT ROUTIER

Évolution mensuelle VP+VU+VI



La baisse de la consommation de carburant ne se dément pas en ce début d'année, avec en février 3,561 millions de m³ livrés en carburants routiers. Et à l'instar de la fin 2022, même le SP est dans le rouge, ce qui n'était pas le cas sur les neuf premiers mois 2022, le Diesel conserve son trend baissier tout en maintenant une part prépondérante de 73,8 % (- 2 points vs février 2022) dans la consommation française de carburants routiers.

Source: Ufip

PNEUMATIQUES

CUMUL 2 MOIS 2023



TOURISME +4,4%
4x4 SUV -6,2%
HIVER +2,7%
ÉTÉ -5,9%
QUATRE SAISONS +27,2%

En février, le pneu Tourisme s'est maintenu dans le vert (+ 2,8 %) mais on note l'affaïssissement du segment 4x4/SUV (- 9,2 %). C'est à l'opposé du 4S qui explose encore les scores avec un bond de 30,3 %. À noter que les prix moyens montrent tous une tendance à la hausse au cumul de janvier et février: + 12,8 % pour le Tourisme et + 10,2 % pour le 4S, voire un saut de 14,5 %, bien que février montre les signes d'un léger repli.

Source: SPP/GfK

E-COMMERCE PIÈCES

Baromètre Komparotoparts* (janvier 2023)

* Le comparateur achète tous les mois un panier de pièces identiques sur les sites vendeurs suivis.

EXCLU KOMPAROTOPARTS

Délais de livraison en jours



Prix du panier



Remboursement des retours



Quelle expérience client sur les sites de e-commerce PR suivis mensuellement par ce nouveau comparateur ? Pour janvier, carton plein pour Oscaro qui s'installe sur la première marche du podium en matière de délais de livraisons, sa rapidité de remboursement des retours, mais aussi la simplicité de sa procédure de retour pour laquelle il obtient une note de 9/10. Il ne se fait prendre la première place que pour les tarifs par WebdealAuto qui reste cependant en queue de classement pour la gestion des retours, mais gagne deux jours comparé à décembre dernier.

PARC ROULANT VP-VU



40,29 millions de VP
71% + de 5 ans
11,39 ans d'âge moyen



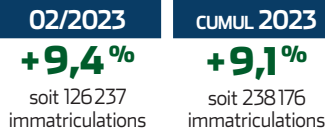
6,79 millions de VU<5 t.
64% + de 5 ans
11,11 ans d'âge moyen

RÉGIONS	VP					VU<5T				
	Volume	Âge moy.	- de 3 ans	3 à 5 ans	+ de 5 ans	Volume	Âge moy.	- de 3 ans	3 à 5 ans	+ de 5 ans
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	5 210 153	11,25	11,98%	17,06%	70,97%	900 360	10,78	18,05 %	19,14 %	62,81 %
BOURG.-FRANCHE-COMTÉ	1 872 134	11,97	10,32 %	15,60 %	74,08 %	319 378	12,05	14,02 %	16,01 %	69,97 %
BRETAGNE	2 263 850	11,57	9,87 %	16,19 %	73,94 %	427 334	11,01	16,18 %	17,36 %	66,46 %
CENTRE-VAL DE LOIRE	1 696 240	12,34	9,90 %	15,20 %	74,90 %	308 943	12,78	13,63 %	14,95 %	71,42 %
CORSE	232 310	11,05	16,40 %	15,88 %	67,72 %	55 542	11,48	16,71 %	17,53 %	65,75 %
GRAND EST	3 558 155	11,34	16,47 %	16,47 %	72,34 %	528 429	10,94	16,52 %	18,10 %	65,38 %
HAUTS-DE-FRANCE	3 667 193	10,97	16,64 %	16,64 %	69,71 %	515 647	10,00	21,49 %	19,19 %	59,32 %
ILE-DE-FRANCE	5 682 446	10,49	18,58 %	18,58 %	65,47 %	804 106	8,17	23,98 %	26,00 %	50,02 %
NORMANDIE	2 187 474	11,51	16,13 %	16,13 %	71,38 %	396 159	11,03	18,05 %	17,08 %	64,88 %
NOUVELLE-AQUITAINE	4 168 689	11,96	15,81 %	15,81 %	73,21 %	813 272	12,60	14,23 %	15,52 %	70,25 %
OCCITANIE	3 995 329	11,89	15,80 %	15,80 %	73,51 %	719 022	12,71	13,78 %	15,49 %	70,72 %
PAYS DE LA LOIRE	2 481 313	11,76	15,76 %	15,76 %	74,05 %	469 324	11,36	16,22 %	17,21 %	66,57 %
PROV.-ALPES-CÔTE-D'AZUR	3 274 061	11,11	17,07 %	17,07 %	69,96 %	531 945	11,24	17,88 %	18,50 %	63,62 %

Source: AAA Data

VÉHICULES NEUFS

Progression des ventes VN (Sources: CCFA et PFA)

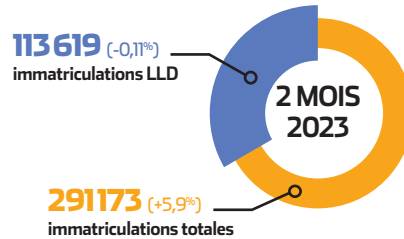


Après un T4 2022 qui avait repris des couleurs, le marché du neuf poursuit sur un trend porteur sur les deux premiers mois de l'année. Une embellie alors même que le secteur reste freiné par une pénurie de l'offre et que les consommateurs sont encore dans l'expectative sur le bon choix de leur futur véhicule. Les versions Diesel continuent de dévisser (11,5 % des ventes vs 18 % sur les deux premiers mois 2022), laissant le champ libre aux Essence (38 %) et aux hybrides qui continuent de gagner du terrain (32 % des ventes). Côté VUL, la tendance est au repli : - 7,6 % sur février et - 6,5 % sur les deux premiers mois 2023.

Immatriculations VP + VUL en LLD

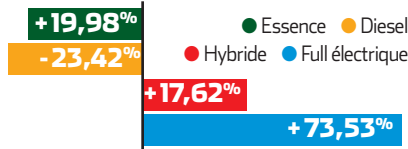
(sources: Arval Mobility Observatory et PFA)

Les mauvaises performances des VUL (-10,6% à 39 758 unités) maintiennent le marché entreprise dans le rouge. Sur ces deux premiers mois de l'année, les VP retrouve des couleurs, avec 73 861 immatriculations (+ 6,6 %). À noter cependant l'explosion de la demande de modèles 100 % électriques pour les VUL (+ 93,3 % à 2 969 unités).



Mix énergétique des véhicules en LLD

(source: Arval Mobility Observatory)



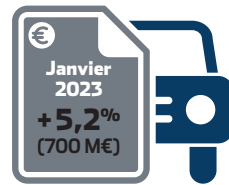
Immatriculations VP + VUL sur 2 mois 2023

Au total, les pdm des différentes énergies ressortent en cumul à fin février (VP + VUL inclus) à 41,26 % pour le Diesel, 24,5 % pour l'Essence, 22,24 % pour les hybrides (dont 8,8 % pour les rechargeables et 13,4 % pour les non rechargeables) et 9,5 % pour l'électrique. Des pdm qui chutent à 21,4 % en Diesel en ne tenant compte que des VP mais grimpent pour les autres: Essence (32,91 %), hybride (31,95 %), électrique (10,58 %).

Financement crédit classique et LOA

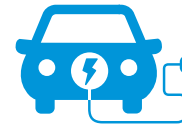
(Source: Association Française des Sociétés Financières - AFSF)

Pour les financements d'automobiles neuves, la hausse s'établit à + 5,8 % en moyenne sur les trois derniers mois. La LOA croît de 5,8 % alors que les crédits affectés augmentent d'un petit 2 % par rapport à janvier 2022.



MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

NOUVEAU



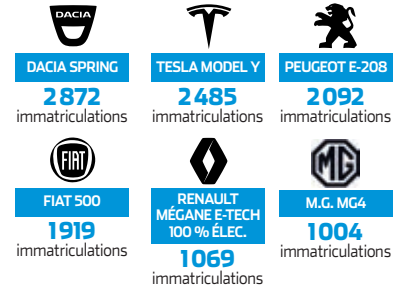
Parc roulant

1161 798 véhicules

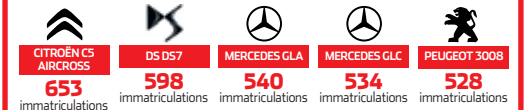
électrifiés rechargeables (100 % VE et hybrides rechargeables)

dont **58 823** immatriculés en janvier et février 2023

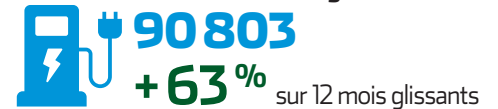
TOP 5 des véhicules électriques légers neufs en février 2023 (particuliers et utilitaires)



TOP 5 des véhicules hybrides rechargeables légers neufs en février 2023 (particuliers et utilitaires)



Points de recharge

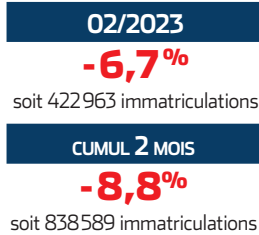


Depuis janvier 2023, près de 60 000 modèles électriques et hybrides ont été mis à la route, soit une progression de 35,8 % (vs 5,9 % pour l'ensemble du marché) par rapport à 2022. Sur le seul mois de février, les véhicules électrifiés rechargeables ont représenté plus de 20 % des ventes. À noter, en ce début d'année, l'entrée dans le Top 5 du constructeur chinois M.G. Sur le seul sujet des utilitaires légers, les ventes de versions électrifiées (1 700 immatriculations) ont explosé de 72,2 % sur une année glissante.

Source: Avere

VÉHICULES D'OCCASION

Progression des ventes VO (Source: AutoScout24)

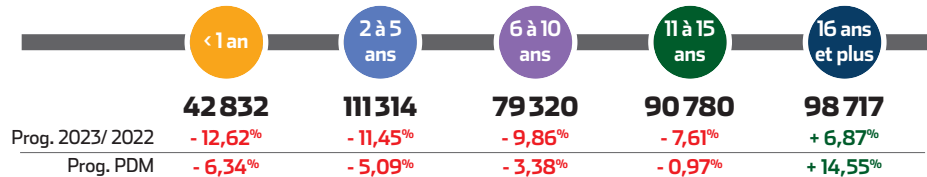


Après une année 2022 « horribilis », la pire pour les transactions VO depuis 2000, le marché de la seconde main ne repart pas en ce début 2023. Février reste 74 % en deçà des ventes pré-Covid. Les marques françaises restent à la traîne (- 3,5 % pour Renault, - 0,7 % pour Peugeot et - 4,4 % pour Citroën) si l'on exclut le miracle DS qui a presque doublé ses ventes mais surtout Dacia (+ 7,36 %). Enfin, Skoda (+ 3 %) et Toyota (+ 0,57 %) complètent le palmarès des marques dans le vert. Toutes les autres sont en repli!

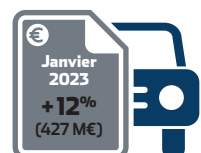
Évolution du nombre de véhicules vendus par typologie de carburant (2023 vs 2022)

● DIESEL -10,53% ● ESSENCE -4,01% ● ÉLECTRIQUE -0,16% ● HYBRIDE +19,33%

Volume et part de marché par tranche d'âge (Source: AutoScout24)



Il faut aller chercher du côté des « 16 ans et plus » pour trouver un trend positif avec une part de marché qui gonfle de 14,5 %. Le segment représente dorénavant près d'un VO sur quatre vendu en France. À noter qu'après s'être stabilisés (- 0,1 % en janvier), les prix repartent à la hausse de 1,8 %. Et si les versions Diesel pèsent toujours un peu plus de la moitié des ventes VO, elles continuent de perdre du terrain au profit des Essence, mais surtout des hybrides qui ne représentent cependant encore que 4,45 % des VO vendus.



(comparé janvier 2022)

Financement crédit classique et LOA

(Source: Association Française des Sociétés Financières - AFSF)

Les financements VO se sont bien tenus en janvier et même à l'échelle des trois derniers mois avec un encourageant + 6,2 %. À noter en ce début 2023 un retournement de la tendance observée ces dernières années: la LOA affiche une moins bonne croissance que le crédit classique. Voir si le trend va se maintenir sur la suite de l'année...

Verbatim

L'optimisme en entreprise, c'est être à la recherche de la stabilité. Qui dépend d'une organisation et que tous les facteurs essentiels soient réunis : une équipe fiable, des clients en confiance, des offres adaptées. Cela prend du temps et impose des contraintes afin d'y parvenir !

Chaque crise à son lot de nouveautés mais nous avons toujours su nous réinventer : mobilité, électrification, hybridation du parc... Nous avons donc de quoi faire pour apporter des solutions à nos clients.

L'activité est au rendez-vous. On maintient notre productivité et nos marges malgré le manque de personnel et les aléas des pièces manquantes.

Le monde de l'automobile est en crise, certes, mais les véhicules restent inchangés à ce jour. Si les méthodes évoluent, notre fonctionnement aussi. Notre plus gros souci reste la hausse des tarifs pièces, peintures, gaz, électricité qui ne cesse de croître. »

Nous n'avons aucune vision sur le marché, les pièces sont non disponibles et les constructeurs ne sont pas à l'écoute de leur réseau.

L'électrification grandissante apportant un business quasi nul en atelier, va pousser les réparateurs à entrer dans une guerre des prix. Ceci conjugué aux ZFE ne peut donner qu'une vision pessimiste de notre métier à un horizon hélas très proche.

Le marché est très tendu et la technologie des véhicules est de plus en plus complexe et difficile à gérer pour un petit garage indépendant.

Manque de main-d'œuvre, niveau de compétence, manque de motivation, concurrence des "blackeurs", du e-commerce et la recherche du plus bas prix possible, hausses tarifaires... Les incertitudes sur l'avenir sont énormes. Et pour couronner le tout, les prix délirants imposés par nos enseignes sur les PR fait que maintenant les pièces peuvent être moins chères chez le constructeur...

SONDAGE EXCLUSIF ZEPROS

2023 : entre optimisme et prudence

Le petit 23% qui voit 2023 comme une année porteuse est majoritairement constitué de fournisseurs et distributeurs... De l'autre côté du spectre, les plus pessimistes restent les carrossiers, particulièrement impactés (car gros consommateurs) par les coûts de l'énergie et des factures peintures qui ont explosé.

On l'aura compris, 2023 est synonyme de grosses incertitudes pour les réparateurs avec des patrons d'atelier mécanique qui préfèrent jouer la prudence et sont le « gros » des troupes anticipant plutôt une année 2023 stable. Pourtant, des signaux indiquent que l'activité devrait se maintenir. «Le parc est bien orienté avec son vieillissement marqué ces trois dernières années, des véhicules neufs vendus



chers" et de nombreux véhicules d'occasion très chers (+ 30% base Argus en deux ans), donc sans doute les propriétaires vont souhaiter les garder en bon état pour valoriser leur investissement "lourd" », analyse un expert répondant au sondage Zepros. Mais si l'activité est bien là, beaucoup craignent que le repli du pouvoir d'achat – notamment dans l'alimentaire avec des prix explosifs – finisse par se ressentir

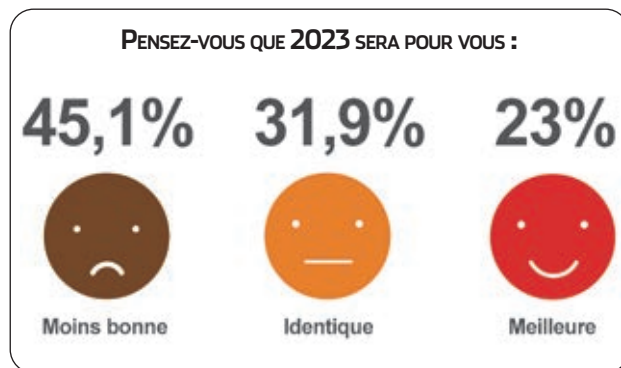
dans leur carnet de rendez-vous. Et évidemment les factures d'énergie (lire aussi page 48) – qui peuvent être multipliées par quatre – les obligent à prendre le risque de les répercuter alors même qu'ils ont déjà dû le faire pour absorber l'inflation sur les pièces ! Et au palmarès des sujets de tension s'ajoute la nécessité d'augmentation des salaires pour retenir leurs salariés, car les

pénuries de candidats au recrutement restent un gros frein à la croissance pour nos professionnels de l'auto.

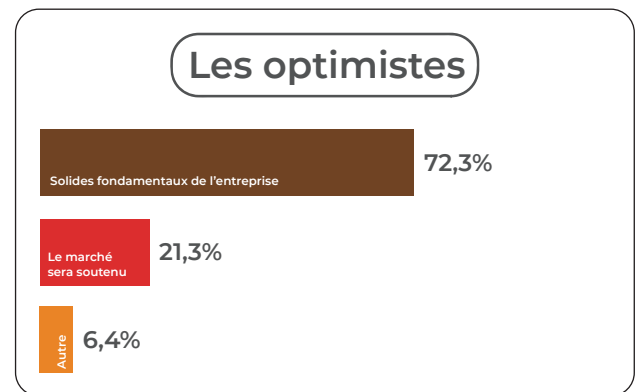
Une chose est sûre, tous vont faire la chasse aux coûts, regarder de plus près leurs conditions d'achat de pièces... « La situation en France est impactée par de nombreux rebondissements non identifiables qui ne nous permettent pas d'anticiper ou planifier des évolutions. Beaucoup de prudence... », résume un répondant. 2023, année compliquée donc, mais pas désespérée non plus ! Pour preuve : 55 % des répondants au sondage Zepros estiment que l'année sera, si ce n'est meilleure, au moins stable comparé à 2022 qui a été porteuse. ●

c.ridet@zepros.fr

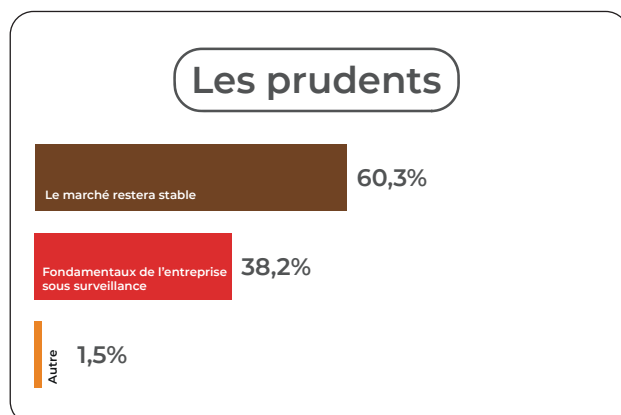
Enquête réalisée en ligne en mars auprès de 213 répondants fournisseurs, distributeurs, garagistes méca et carrossiers.



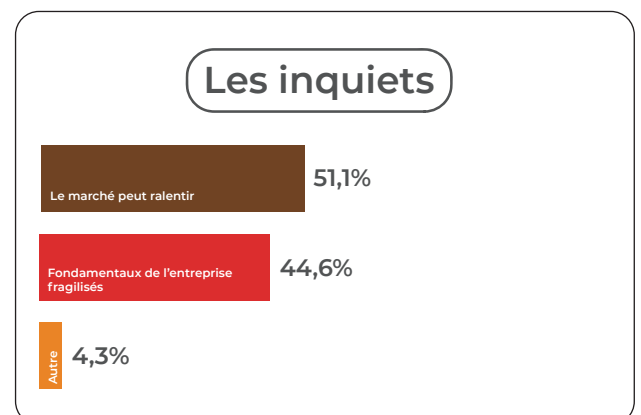
Entre ceux qui anticipent un exercice stable vs la très bonne année 2022 et ceux qui pensent même faire mieux, 55% des pros restent sereins pour l'année en cours. À noter que parmi les répondants visant une année 2023 « meilleure que 2022 », on recense majoritairement des fournisseurs, les réparateurs (mécanique ou carrosserie) pariant plus sur la stabilité. L'autre moitié est plus inquiète... et là, les carrossiers sont les plus nombreux.



Portés par une activité dynamique sur 2021 et 2022 qui a permis de gonfler leur trésorerie et de renforcer les fondamentaux de leur entreprise en sortie de crise pandémique. Le vieillissement du parc remplit leur carnet de rendez-vous et l'actuelle montée en puissance des grosses réparations – « demandées par des automobilistes désirant prolonger leur véhicule » – leur donne le sourire.



« Nous sommes dans le noir. Une fois de plus, il va falloir passer l'année en gardant un œil sur nos fondamentaux » Prudence donc, même si les carnets de commandes sont encore pleins. Poste achat, charges multiples... sont sous haute surveillance.



L'inflation galopante, les reliquats de pièces, le recrutement et « les premiers signes de difficultés financières des clients » sont les principales sources de préoccupation pour 2023. Des patrons d'autant plus inquiets qu'ils craignent que la crise sociale vienne freiner leur activité.

GARAGE BRUNO FOURNIER (PONTS-DE-CÉ - 49)

Se réinventer et serrer les coûts

Une gestion au cordeau et une âme de précurseur : le combo gagnant pour Anne et Bruno Fournier, patrons d'un atelier AD Expert. En octobre 2022, ils installaient des panneaux solaires. De plus, ils ont renégocié leur contrat dès 2021. « Nous avons donc échappé à la flambée du prix du kWh. » Sentant le vent venir, le couple a resserré tous les coûts et notamment changé d'assurance, « une économie de près de 2000 € sur l'année ». « Pour gagner de l'argent, soit on facture plus, ce qui est compliqué dans le contexte, soit on dépense moins ! », commente Anne Fournier. En revanche, pas moyen d'échapper à la hausse du prix des pièces, de l'ordre de 15 % sur certaines familles, qu'ils répercutent sur les clients. « Mais grâce à nos économies sur les charges, nous n'avons pas augmenté notre taux de main-d'œuvre. » Autre réorganisation de taille : le passage à la semaine de quatre jours à la sortie de la crise Covid. « Nous travaillons autant (une centaine de rendez-vous par semaine) mais différemment. Nous n'avons pas perdu en productivité car nous-même et nos trois salariés arrivons avec le sourire et l'envie le lundi après trois jours de week-end. Et si nous sommes fermés le samedi, l'ouverture sur l'heure du déjeuner convient à nos clients. » Un bel outil de fidélisation des salariés, d'autant que les patrons ont également revalorisé les salaires, qu'ils ont décidé d'indexer sur les augmentations du SMIC, « même si nos salariés sont au-dessus ». Sur dix ans d'exercice, « 2022 a été la meilleure année depuis l'installation », aidée par un déménagement pour intégrer un outil de travail plus adéquat et surtout mieux placé. Quid de 2023 ? Une très belle année en perspective. « Nous travaillons les véhicules de plus de sept ans, ce qui n'a jamais été si porteur, notamment en grosses réparations. »



GARAGE DUFOUR (CHÂTEAU-GAILLARD - 01)

Maîtriser le poste achat PR

Pour Olivier Dufour, patron d'un atelier (5 personnes) parmi les premiers Auto First, le bouclier anti-crise réside principalement dans la maîtrise de son sourcing PR. Et c'est vers les solutions en ligne BtoB qu'il s'est tournées pour muscler ses marges. « J'ai toujours fait du pneu (5 000 par an) que je source chez O7ZR. Depuis 2020, je m'y fournis aussi en pièces. » Mais pour bénéficier de remises « très confortables », Olivier Dufour doit accepter des délais de livraison à rallonge. « Plus le délai est long, plus les prix sont bas sur des pièces premium. » Et ça tombait bien car le patron avait déjà revu son organisation. Fini la course au timing, ses rendez-vous sont à un mois, « même si on dépanne tout de même nos clients fidèles ». Chez Garage Dufour, la prise de rendez-vous n'est possible que le matin, « et encore nous avons commencé à fermer la ligne le vendredi matin et dernièrement le mardi également ». Une organisation qui permet de « sélectionner les chantiers rémunérateurs et surtout intéressants », ce qui laisse du temps pour traquer la pièce la moins chère ! Résultat, un trend maintenu de 120 factures par mois – « nous avons une bonne productivité car j'ai toujours été soucieux d'investir dans les meilleurs matériels » – et une marge nette remarquable ! 2021 et 2022 sont au palmarès de ses meilleures années en vingt ans d'exercice. Et l'année 2023 s'annonce tout aussi porteuse. « Nous ne constatons pas de baisse d'activité et vu que nous sommes 30 % moins chers que nos concurrents des réseaux de marques... Oui, je suis optimiste pour la suite. »



AIRTEX®

TecAlliance
Data Supplier

Kits de distribution
& pompes à eau



Chaque kit est conditionné dans une **boîte individuelle**.
Facilite la gestion des stocks.
Qualité conforme aux **standards des constructeurs.**

Contenu de la boîte :



- 1 Courroie de distribution
- 2 Pompe à eau
- 3 Poulie tendeur
- 4 Poulie guide

by Proxitech®

PNEUMATIQUES

BF, distribution, vente directe : les manufacturiers rêvent de contrôle

Installé depuis des lustres par les manufacturiers, le barème de facturation (BF) donne le tempo au marché. Des manufacturiers qui contrôlent également la distribution, s'approprient directement ou indirectement des réseaux de réparation et vendent eux-mêmes des pneumatiques en ligne à des prix imbattables. Sur le terrain, les professionnels bataillent pour garder leur part.

« Il n'est pas question de lâcher la pneumatique qui est une pièce de grande consommation dans mon atelier », clame Antoine Constant. Ce réparateur multi-marque est installé depuis douze ans à Rueil-Malmaison (92) et écoule 600 enveloppes par an. Mais il a constaté des distorsions croissantes relevées entre ses prix d'achat via son fournisseur principal (Distriigo dans 80 % des cas pour des facilités de dispo) et les sites marchands, comme Allopneus (propriété de Michelin), Gettygo... Le patron met en concurrence chaque acteur pour retrouver de la compétitivité sur le pneu avec le bon produit au bon prix, un distributeur basé en France et du délai raisonnable. « Six jours comme je l'ai déjà vu, c'est impossible ! Certains acteurs sont plus réactifs que d'autres, notamment pour les ouvertures de compte. Je fais cette veille pour chaque dimension, pas le choix. Je prends du temps pour comparer chaque commande validée par mes clients. Sur quatre enveloppes pour un même véhicule, je peux acheter auprès de deux sources différentes. Je reconstruis ma marge [N.D.L.R. : 20€ par paire de pneus] et surtout je tiens un discours plus cohérent et informatif avec mon client. Cette veille est chronophage ; mais elle diminuera en même temps que mes connaissances augmenteront. »



récoltent que peu de ventes, c'est l'anarchie totale ! »

Comment retrouver sa compétitivité ?

Par la force des choses, notre réparateur est parti lui-même en quête d'alternatives : Dipropneu, Pneumaclic, Copadex, 1001Pneus (Cdiscount), Vroomly, Easy Road, Ihle et Allopneus (tous deux appartenant à Michelin), Gettygo... Le patron met en concurrence chaque acteur pour retrouver de la compétitivité sur le pneu avec le bon produit au bon prix, un distributeur basé en France et du délai raisonnable. « Six jours comme je l'ai déjà vu, c'est impossible ! Certains acteurs sont plus réactifs que d'autres, notamment pour les ouvertures de compte. Je fais cette veille pour chaque dimension, pas le choix. Je prends du temps pour comparer chaque commande validée par mes clients. Sur quatre enveloppes pour un même véhicule, je peux acheter auprès de deux sources différentes. Je reconstruis ma marge [N.D.L.R. : 20€ par paire de pneus] et surtout je tiens un discours plus cohérent et informatif avec mon client. Cette veille est chronophage ; mais elle diminuera en même temps que mes connaissances augmenteront. »

Indéboulonnable barème

Ancré dans les mœurs et les pratiques commerciales, ce BF reste

donc la référence. Or, si une bonne partie de la profession y reste attachée, tous reconnaissent du bout des lèvres qu'il ne sert plus à grand-chose. Le barème n'a en réalité aucune valeur indicative dans le prix de vente vers le consommateur ni de valeur réelle sur le prix du produit. Les fabricants l'utilisent pour faire

des réajustements de prix en cas de compétition trop rude sur un produit particulier. Et pour l'ensemble des acteurs interrogés, le différentiel de prix constaté par notre réparateur entre son prix d'achat chez son fournisseur et le prix public peut se justifier : en 2022, les manufacturiers ont encore pu écouler

à bon prix vers le client final leurs propres pneumatiques qu'ils avaient en stock depuis plus d'un an. Mais pas pour le distributeur. Lui achète et subit depuis quinze mois des hausses continues de 12 à 20 %, générées par l'explosion des coûts des matières premières, du transport et du carburant. « Mais l'inflation n'est pas la seule raison de la flambée tarifaire que nous subissons, s'agace ce grossiste. Certains manufacturiers premium ont profité de la pénurie pour imposer jusqu'à huit hausses au cours de l'année ! D'autres ont annoncé une hausse de barème de 12%... avant de le diminuer de 16% six mois plus tard lorsqu'ils se sont rendu compte qu'ils perdaient des ventes. Ils se sont fait rattraper par la concurrence des pneus Budget. Et ce grignotage en règle n'est pas terminé pour 2023. »

m.blancheton@zepros.fr

La distribution prise dans un étau

« Derrière un grossiste, il y a bien souvent un manufacturier », rappelle un patron d'enseigne, citant notamment Continental avec Van den Ban Autobanden (Pays-Bas), ou encore Michelin avec Ihle entre autres... Les fournisseurs s'ôtent ainsi la charge de la logistique en nouant des accords avec ces revendeurs adoués qui stockeront pour eux. « Passer le cap de la livraison via un dépôt intermédiaire qui fait le job tout en livrant le client final leur permet de gonfler leurs résultats nets. Ces groupes internationaux doivent sortir des dividendes et un ROI sans précédent. Comment expliquer, après deux ans de crise, des statistiques de ventes en décroissance mais des courbes de résultats nets ascensionnelles sur la même période ? À qui profite la crise ? », ironise cet autre distributeur.

Les industriels ont également compris que le digital leur permet de capitaliser sur leur notoriété via des communications massives. « Ils sautent par-dessus la distribution et jouent sur l'attractivité de leurs marques. Ils peuvent même pour certains orienter le client en ligne vers leurs réseaux partenaires. Si la distribution ne réagit pas plus que cela, le danger est grand d'être à terme doublé sur les ventes d'enveloppes. Il ne restera à cette distribution que la prestation courante pour travailler, mais surtout les yeux pour pleurer », avertit un acteur du marché qui cite l'exemple des assureurs orientant le client vers des réseaux agréés, avec des prix déjà négociés.



CLIENT FINAL

Les industriels peuvent-ils enjamber distribution et réparation ?

Les industriels de l'auto ont toujours été soucieux de garder le contrôle de leur marché en gardant un œil sur le client final. Quelques autres secteurs industriels y sont déjà parvenus en exploitant leurs spécificités. Dans une après-vente révolutionnée par le digital, les constructeurs y travaillent, les manufacturiers s'y essaient et les équipementiers en rêvent parfois.

Tout en haut de la chaîne de valeur, les industriels du secteur auto se sont toujours préoccupés de ne pas donner trop de pouvoir à l'aval – distribution et réparation – afin de rester aux commandes du marché. En Europe, les constructeurs se sont approprié la vente VN grâce à la distribution exclusive et sélective. Les grands équipementiers ont su garder le contrôle de la pièce de rechange en réussissant à imposer leurs marques premium et leurs parts de marché grâce au référentiel des prix constructeurs, adopté et entretenu dans beaucoup de pays européens par tous les acteurs de l'après-vente puisqu'ils en tirent les meilleures marges possible. Parallèlement, les équipementiers se sont appuyés sur les distributeurs et réparateurs indépendants pour deux raisons :

- le maintien de la force de leurs marques soutenues par une rechange soucieuse de ne pas donner le plein pouvoir à des pièces dites d'origine ;
- favoriser un canal moins volumineux que les chaînes de première monte, mais permettant de bien meilleures marges contributives au résultat du fournisseur.

Des réussites hors automobile

Dans son dernier congrès Point S, Christophe Rollet, le directeur général de l'enseigne, a d'ailleurs souligné que cette volonté de contrôle est consubstantielle au

statut de l'industriel producteur. Il a ainsi rappelé que le Luxe a intégré sa distribution et ses points de vente avec une rentabilité exponentielle. Il a aussi nommé les pétroliers, dont les cinq majors détiennent 85 % de la distribution et de la vente de leurs carburants (et d'autres produits) via leurs stations-service. Et il a rappelé que la chimie, l'aéronautique, le maritime voient leurs principaux représentants suffisamment puissants pour dicter prix et stratégies. Et que dire des Gafam qui, en deux décennies, ont révolutionné le parcours client ? Ils se réservent la maîtrise de la rentabilité d'une digitalisation qu'ils contrôlent en amont et dont ils profitent pour l'avoir rendue essentielle au fonctionnement de tous les marchés aval. Les récents hyperprofits 2022 de tout ce petit monde (constructeurs compris) malgré les multiples vents contraires en sont l'éclatante illustration...

L'opportune digitalisation

Et c'est justement cette digitalisation qui permet aux industriels de l'auto de rêver d'enjamber la distribution et la réparation pour s'approprier le client final. Poussés en ce sens par les investissements qu'imposent les défis environnementaux, les constructeurs ont décidé de miser gros sur la vente de leurs véhicules en ligne et de réduire leurs distributeurs au rôle d'agents commerciaux. Ils comptent aussi tirer profit de la guerre annoncée de la data des véhicules connectés. De la mise sur le marché du véhicule jusqu'à sa fin de vie, la digitalisation peut enfin permettre aux constructeurs de capter et suivre le client, BtoC comme BtoB, en l'orientant vers le VN, le VO ou les ateliers de leur choix.

Les tentations manufacturières

Les grands manufacturiers semblent emprunter la même voie.



Forts eux aussi de leurs investissements en communication BtoC, ils déploient déjà par eux-mêmes leurs propres ventes directes en ligne où ils affichent des prix de pneumatiques que même leurs distributeurs ne peuvent parfois plus atteindre ! Ils le font avec d'autant plus de conviction qu'ils ont racheté ou maintiennent sous contrôle leurs distributeurs, parfois discrètement ; et qu'ils ont parallèlement développé ou acquis des réseaux de pneumaticiens vers lesquels orienter le client acheteur du pneu en ligne. Cet appétit rendu possible par le digital a déjà près de dix ans. Quand par exemple Michelin rachetait Allo pneus en 2015. On retrouve d'ailleurs la même démarche chez Stellantis, quand le constructeur s'adjugeait Mister-Auto la même année.

Les distributeurs VN poussés à l'indépendance

Mais si la guerre du client final a bel et bien commencé dans l'auto, son issue n'est pas certaine. En voulant se réapproprier les coûts de la distribution VN, les constructeurs poussent aussi leurs distributeurs historiques à revisiter leur business model.

Ce faisant, ils les forcent à se réinventer et à se repenser en indépendants. Après avoir longtemps considéré l'après-vente comme un mal nécessaire à la vente, les distributeurs VN comprennent que l'entretien-réparation devient vital pour eux. Surtout quand les Augures annoncent qu'en 2030, l'IAM détiendra 70 % du marché de l'après-vente. Depuis plusieurs années, certains groupes VN avaient certes commencé à s'hybrider avec des concepts de réparation indépendante souvent franchisés. Conscients du rôle de l'après-vente dans le maintien durable de la relation client, ils se diversifient dans la distribution indépendante de pièces (D'leteren Group avec PHE, Emil Frey France avec les distributeurs français Flauraud, puis Barrault/MGA...) et maillent leurs territoires d'enseignes multimarques capables de traquer des clients qui les quittent une fois sortis de la période de garantie et/ou des contrats d'entretien.

L'inévitable voie collaborative

Pour la pièce toujours et même si quelques fournisseurs à forte

notoriété rêvent eux aussi de commercer avec le client final, ce ne peut être pour l'essentiel que par procuration : les équipementiers ne peuvent se passer du schéma logistique et serviciel de la distribution indépendante. Ils s'appuient certes sur des Amazon ou des eBay et pour le BtoB pur et dur, sur des Marketparts ou sur des Autodoc Pro ; ils ont parfois été tentés de racheter des sites de vente en ligne, plutôt BtoB (par exemple les défunts Otop ou Originauto). Car pour l'équipementier, le vrai client final reste le réparateur, en symbiose avec son distributeur qui le livre, le forme et l'accompagne. Parce qu'ils sont les uns comme les autres aussi puissants que légitimes, le triptyque équipementier / distributeur / réparateur indépendant, les ateliers des distributeurs VN comme les industriels gourmands de domination vont devoir se partager le gâteau du client final car aucun ne peut l'avaler seul ! C'est d'ailleurs le message que distillait Christophe Rollet quand il évoquait les succès ou les velléités de tant de secteurs industriels.

Les indépendants, distributeurs comme réparateurs, ont l'agilité et la niaque des entrepreneurs, l'exclusivité d'une proximité physique et le sens du service. Ils peuvent se mâtiner de digital, mais en gardant toujours l'avantage du contact direct avec leurs clients. Parce que tous veulent la meilleure part du gâteau, les divergences d'objectifs des producteurs, des distributeurs et des réparateurs demeureront. Mais les solides bases de ces trois piliers de l'écosystème après-vente leur tracent la seule voie viable : une approche collaborative qui, si elle reste encore à inventer dans de multiples formes, s'ébauche d'ores et déjà chez les plus clairvoyants des acteurs. ●

La rédaction

AGILAUTO

1 **Jean-Michel Baylaucq** est nommé à la tête de la plateforme de solutions de leasing automobile et d'éco-mobilité de Crédit Agricole Consumer Finance. Il est directement rattaché à **Stéphane Priami**, directeur général de Crédit Agricole Consumer Finance et directeur général adjoint de Crédit Agricole S.A. en charge du pôle Services financiers spécialisés. Jean-Michel Baylaucq rejoint le groupe Crédit Agricole en 1995 au sein du réseau commercial puis à des fonctions marketing et commerciales. Il a dorénavant en charge le développement commercial des solutions de financement locatives (LOA et LLD) pour les particuliers, pros et entreprises des Caisses Régionales de Crédit Agricole, de LCL et de Sofinco.

AKZONOBEL

2 **Pascal André**, 37 ans, prend la tête de la direction commerciale et technique de la division Véhicule Refinishes pour l'Hexagone du fabricant de peinture néerlandais. Il est entré chez AkzoNobel il y a quinze ans et y a fait quasiment toute sa carrière. Dans ses nouvelles fonctions, il sera chargé d'accélérer la croissance et le développement des ventes pour l'ensemble du territoire français.

AUTODISTRIBUTION

3 **Erwan Baudimant**, 42 ans, prend la direction générale de l'enseigne Autodistribution Fradis. Il dirigeait depuis 2020 Autodistribution Armorique. Avant de rejoindre le groupe, il a occupé différents postes de direction chez BASF Coating Services France et la marque Glasurit.

4 **Damien Gille**, 37 ans, prend la tête d'Autodistribution Jullien. Il a auparavant travaillé pendant onze ans chez Gobillot-Rhône à des postes de responsable de secteur commercial, chef des ventes et directeur commercial.

5 **Claire Joubert**, 34 ans, prend en charge Autodistribution Armorique. Elle a rejoint le groupe en 2015 en tant que chef de projet. Elle prend par la suite la responsabilité du déploiement et de l'animation des centres d'appels, puis celle du développement commercial BtoB des enseignes de distribution VL en 2020.

BESTDRIVE

6 **Pierre Hamard** est nommé directeur commercial et marketing de l'enseigne propriété de Continental. Il a débuté sa carrière chez Danone où il gère pendant sept ans la gestion de projet et grands comptes. Il rejoint par la suite Carglass France en tant que directeur grands comptes, puis comme directeur des forces de vente (74 personnes). Dans ses dernières fonctions, il dirigeait la partie commerciale chez Loxam.

FLAURAUD

7 **Stéphane Drouillard** succède à **Olivier Guillaume** à la tête de la direction générale de l'entité d'Aurilis Group (racheté par Emil Frey France en 2018). Il a rejoint le secteur auto en 1996 chez Peugeot, notamment sur les activités pièces de rechange retail. Il a intégré Emil Frey (PGA Motors) en 2006, où il devient directeur Pièces de rechange pour le groupe. Il dirige ensuite une concession, de 2014 à 2019, puis a pour mission la direction commerciale de Flauraud jusqu'en 2020. Il reprend en charge alors la gestion des projets stratégiques CRVO et le partenariat avec Arval, et participe enfin au développement de l'activité Pièces IAM.

XPO

8 **Olivier Mirio** est nommé directeur commercial et marketing

pour la France du fournisseur de solutions en matière de transport et de logistique en Europe. Il est rattaché à **Bruno Kloeckner**, managing director de XPO en France. Il a rejoint Norbert Dentressangle (désormais XPO) en 1996 à des postes de management puis est nommé à la tête de l'équipe des commerciaux grands comptes pour l'Hexagone en 2021.

CONTINENTAL

9 **Adrien Eymard** est nommé directeur des organisations de ventes Europe du manufacturier au sein de la Business Unit Area Smart Mobility. Passé par Rhodia puis Henkel et le groupe V33, il rejoint Continental en 2014 comme directeur marketing pour l'activité Pneumatiques et responsable de l'ensemble de la communication du groupe en France.

Dans ses dernières fonctions, il était directeur général Continental Automotive Trading France pour la Business Unite Area Smart Mobility.

UTAC

10 **Virginie Boutros** est nommée Sales Director New Business du spécialiste des solutions et systèmes d'essais et de l'homologation automobile pour la zone EMEA. Elle est directement rattachée à Anis Tebib, vice-président Sales & Marketing. Elle dispose d'une expérience de plus de quinze ans dans la vente technique acquise notamment chez Valeo, Kostal ou encore Trinseo. Dans ses nouvelles fonctions, elle a pour mission de mettre en œuvre les plans d'action dédiés au secteur automobile, « new business », homologation non automobile, certification et événements.

zePROS 8-10 rue des Blés – Bât. M/36 – 93210 La Plaine Saint-Denis – Tél. : 01 49 98 58 45 – Fax. : 01 49 98 58 47 – email : contact-auto@zepros.fr – Internet : www.zepros.fr – Site groupe : www.groupegratuitpros.fr • **Directeur de la publication** : Philippe Paulic – Tél. : 06 62 73 06 02 – p.paulic@zepros.fr • **Éditeur délégué** : Serge Boillot – Tél. : 06 20 11 12 73 – s.boillot@zepros.fr • **RÉDACTION Directrice de la rédaction** : Caroline Ridet – Tél. : 06 60 76 84 55 – c.ridet@zepros.fr • **Rédactrice en chef** : Muriel Blancheton – Tél. : 06 60 77 30 07 – m.blancheton@zepros.fr • **Rédacteur en chef Réseau** : Jérémie Morvan – Tél. : 06 85 38 90 50 – j.morvan@zepros.fr • **Rédacteur en chef adjoint Carrosserie** : Romain Thirion – Tél. : 06 66 64 58 60 – r.thirion@zepros.fr • **Premier secrétaire de rédaction** : Jean-Philippe Scardina – jp.scardina@zepros.fr • **Maquette** : Chef de studio : Marc Le Texier – maquette@zepros.fr - **Maquettistes** : Isabelle Cerf et Thierry Pouillieute • **Ont participé à ce numéro** : Philippe Lamigeon – **Correspondants régionaux** : Alsace Christophe Nagyos, Aquitaine Hélène Lerivain, Auvergne-Rhône-Alpes Jean-Pierre Raynaud, Bretagne Renaud Chasle, Limousin, Bourgogne et Ile-de-France contacter la rédaction nationale, Lorraine Emmanuel Varrier, Pays de la Loire Thierry Goussin, Poitou-Charentes Jean-Sébastien Thomas • **Crédit photos et illustrations** : Droits réservés sauf mention contraire – **Photo couverture** : AdobeStock • **MARKETING-DIFFUSION** Sandrine Reumond – s.reumond@zepros.fr • **PUBLICITÉ** • **Directrice commerciale** : Nathalie Richard-Mathieu – Tél. : 06 69 65 93 83 – n.richard-mathieu@zepros.fr • **Directeur du développement** : Benjamin Huet – Tél. : 07 61 44 60 52 – b.huet@zepros.fr • **ADMINISTRATION Responsable** : Moufid Barkallah – m.barkallah@zepros.fr • **Assistante** : Marie Beaumelou – m.beaumelou@zepros.fr • **IMPRESSION** L'imprimerie – 79, route de Roissy – 93290 Tremblay-en-France • Dépôt légal à parution • ISSN 2263-3650 • **OJD** : Mise en distribution certifiée 2021 : 45 465 ex. OJD/ACPM janv. 2021 à déc. 2021 • ZEPROS est une publication de la société « Groupe Gratuit Pros », SARL au capital de 8 000 € • RCS Bobigny B 483 806 717.

refresh

par Renault care service

une voiture nouvelle, sans nouvelle voiture

**forfaits remise en état
de votre Renault**

599€ à partir
de⁽¹⁾

- carrosserie⁽²⁾
- vidange et diagnostics
- nettoyage et purification de l'habitacle
- remplacement balais essuie-glace

dans notre Refactory de Flins et dans le réseau Renault

qui mieux que Renault peut entretenir votre Renault ?

découvrir



(1) tarif valable pour zone tarifaire 1 par forfait pour tout véhicule particulier applicable dans le réseau Renault.
(2) forfait limité à une réparation peinture de deux avaries (taille < 5,5cm et de profondeur légère) pour une durée de 2h30 maximum, dont un temps de préparation de 2h30. toutes teintes, sauf : jaune sirius, couleurs mates, bleu céladon, orange valencia, rouge flamme et teintes équivalentes autres marques. exclusion des opérations nécessitant du redressage et/ou débosselage et/ou remplacement d'une pièce. offre non cumulable réservée aux particuliers dans le réseau Renault participant et valable **jusqu'au 31 décembre 2023**, sous réserve d'évolution tarifaire résultante des variations des cours des matières premières et de leur impact sur les coûts d'exploitation des établissements, uniquement pour les véhicules de moins de 15 ans dont le contrôle technique est en cours de validité (hors véhicules de ptac > 3,5t). voir l'intégralité des conditions en point de vente et sur <https://www.renault.fr/entretien/refresh.html>

Renault recommande 



Vite!

MOTEUR THERMIQUE

Sursis accordé pour les PL



La Commission européenne a annoncé que les camions et les cars devront réduire leurs émissions de 90% en 2040. Une première réduction de 45 % doit intervenir en 2023; une seconde de 65 % en 2035. Certains véhicules pourront bénéficier d'exemptions: ambulances, véhicules des pompiers, de la police et de l'armée... Les bus urbains mis en circulation dès 2030 devront, eux, fonctionner avec une technologie « zéro émission ».

TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

La CSIAM réclame plus de clarté



Fin des véhicules thermiques en 2035, Euro 7, électrification... La CSIAM, qui regroupe 50 constructeurs (et 80 marques automobiles), demande à l'Union européenne et au gouvernement français plus de clarté. Les industriels souhaitent en effet que soit maintenu le compromis laissant aux constructeurs le choix technologique pour atteindre la neutralité carbone. L'organisation professionnelle appelle également à la mise en place de dispositifs fiscaux pour accompagner la transition du parc.

LAVAGE

Mobilians veut un plan coordonné

Face aux restrictions d'activité éventuelles des centres de lavage auto en période de tension hydrique, l'organisation professionnelle en appelle à l'État, réclamant une approche plus nuancée et la mise en place d'un fonds de compensation pour la profession. Mobilians prône ainsi des restrictions progressives, où les stations pourraient continuer leur activité si elles adoptent des mesures en faveur d'une meilleure gestion de l'eau durant ces périodes.

TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Le moteur thermique n'a pas dit son dernier mot

La fin du moteur thermique fut actée... pendant deux semaines.

Le 14 février dernier, le Parlement européen adoptait en effet avec 340 voix pour, 279 contre et 21 abstentions, l'accord conclu avec le Conseil européen entérinant ainsi le texte de loi interdisant la commercialisation de véhicules thermiques neufs à partir de 2035. Ce projet de loi s'inscrit dans la lutte contre le réchauffement climatique, l'Europe s'étant assignée des objectifs ambitieux de réduction des émissions de CO₂ jusqu'à la neutralité carbone à l'horizon 2050. Sur la base de ce texte, véhicules légers et camionnettes fonctionnant à l'essence ou au diesel ne pourront donc plus être vendus à partir de 2035. À noter: les constructeurs produisant de petits volumes (entre 1000 et 10000 voitures neuves ou entre 1000 et 22000 camionnettes neuves par an) pourront bénéficier d'une dérogation jusqu'à fin 2035. Quant à ceux qui immatriculent moins de 1000 véhicules neufs sur une année civile, ils seront totalement exemptés (« amendement Ferrari »). Mais c'était sans compter sur



Si le moteur thermique a gagné un sursis, celui-ci se devra toutefois de respecter la règle européenne: zéro émission de CO₂!

une volte-face de l'Allemagne qui, début mars, a refusé de signer cet accord dans le cadre du vote formel des États membres prévu dans la foulée de l'adoption du texte par le Parlement. L'Europe a dû reculer, même si le texte

reste inchangé: la Commission européenne et l'Allemagne ont en effet trouvé un terrain d'entente en ouvrant la voie aux carburants de synthèse. En clair, les véhicules équipés d'un moteur à combustion pourraient toujours être commercialisés au-delà de 2035 dès lors qu'ils utilisent un carburant alternatif neutre en CO₂. Cet assouplissement prend la forme d'une proposition, séparée du texte initial – qui reste donc inchangé –, qui devra être approuvée d'ici l'automne 2024. Pour les experts, ces carburants ne pourraient concerner que des véhicules (très) haut de gamme car n'étant pas produits à l'heure actuelle. Un assouplissement à la marge donc. Reste enfin l'essentiel: thermiques ou pas, les véhicules sortis d'usine ne devront plus émettre aucun gramme de CO₂ à cette date... ●

j.morvan@zepron.fr

FORMATION

La filière toujours plus séduisante

Le centième Autofocus réalisé par l'Observatoire des métiers des services de l'auto met en lumière une forte dynamique dans la formation aux métiers du secteur. Pour la rentrée 2022, le nombre de jeunes en formation initiale s'établit en

effet à 68 354; c'est 1000 de plus que lors de la rentrée 2021 (+1,6%). La filière maintenance VP représente le gros des troupes, avec 35 783 jeunes formés, soit 52,3% du total. Les formations sont en outre de plus en plus suivies par des

femmes. Près de 350 nouvelles inscrites à la rentrée 2022, pour un total de 2 900 suivant un cursus, soit une hausse significative de 14%! Elles représentent 4,2% des effectifs.

L'alternance plébiscitée

Par ailleurs, le goût pour les formations en alternance – qui représentent la majorité des jeunes inscrits depuis 2019 – ne se dément pas puisque celles-ci ont enregistré 2 000 inscrits supplémentaires durant cette rentrée pour atteindre 38 365 jeunes (+5,4%), contre 29 989 lycéens. Et parmi les contrats des nouveaux alternants, 20% sont liés à une certification de branche, dispositifs mis en œuvre par l'ANFA.

Haut niveau d'employabilité

L'Observatoire des métiers souligne également dans cet

Autofocus le fort taux d'insertion des jeunes dans la vie active à l'issue de leur formation, avec 70% des apprentis sortis de formation en 2021 qui ont trouvé un emploi dans les six mois après la fin de leur cursus. L'alternance, méthode de formation favorisant l'insertion professionnelle, n'y est pas étrangère. Ce sont ainsi plus de 9 000 jeunes qui ont intégré une entreprise des services de l'automobile en 2021! Et ce taux d'insertion augmente de concert avec le niveau de formation: 55% des jeunes issus de CAP, 72% des jeunes issus de bac professionnel et 80% des jeunes issus de BTS ont trouvé un emploi. Ce taux monte même à 87% pour les apprentis issus d'un titre à finalité professionnelle TEAVA! ●

J. M.

	Effectifs	Répartition	Part de l'alternance
Maintenance Véhicules Particuliers	35 783	52,3%	63%
Carrosserie	15 022	22,0%	60%
Maintenance Véhicules*	7 343	10,7%	0%
Maintenance Véhicules Industriels	4 702	6,9%	65%
Maintenance Motocycles	3 652	5,3%	51%
Vente Automobile	1 338	2,0%	92%
Cycles	496	0,7%	100%
Magasinage / PRA	18	< 0,1%	100%
TOTAL	68 354	100%	56%

Source: ANFA
*Correspond à la 2^e Bac Pro MV en voie scolaire indifférenciée sur le type de véhicules.

Non seulement la filière attire plus de jeunes, mais elle compte de plus en plus de femmes. Avec des emplois à la clé...

RÉTROFIT

Un secteur en plein bouleversement

Le rétrofit, s'il est bien vu des pouvoirs publics, se heurte à une problématique soulevée à l'occasion d'un webinaire du MAP (filiale de l'ANEA) : les homologations. Car trois ans après, le précieux sésame pour la commercialisation des véhicules transformés ne concerne qu'à peine six modèles... Une lenteur incompatible avec l'urgence de la situation, la montée en puissance des ZFE-m devant condamner 74 % du parc roulant.

Les acteurs avancent

Une dizaine d'acteurs ont investi cette niche. D'autres devraient intégrer leur rang. En attendant, les « pionniers » poursuivent leur course aux homologations, passage obligé vers l'industrialisation. REV Mobilities annonce qu'il aura obtenu dès la fin du premier trimestre des homologations R100-2 sur les batteries,



Les acteurs estiment que les véhicules rétrofités représenteront 3 % du parc en 2026, et entre 5 et 10 % d'ici quinze ans.

pour faire du volume, et d'ici la fin de l'année le sésame pour cinq véhicules dont un « historique ». Et un catalogue des offres devrait bientôt sortir avec dans le viseur l'homologation de cinquante modèles. La start-up

grenobloise Tolv (ex-Phoenix Mobility) a, pour sa part, joué la niche : le rétrofitage des utilitaires. Et l'approche a attiré l'attention de Renault, avec qui va être développée une usine pilote d'ici la fin d'année, d'où sortiront les pre-

miers véhicules en série. « Pour passer à l'industrialisation, nous avons besoin d'un acteur déjà industriel », assure Wadie Maaninou, CEO de Tolv. Une étape indispensable pour dynamiser le marché avec des volumes synonymes de baisse des coûts.

Former à l'installation

D'où le rapprochement de l'association AiRe, rassemblant les acteurs du rétrofit et Mobilians. Outre disposer d'un porte-voix auprès des pouvoirs publics, cette alliance est une passerelle vers l'aval de la filière pour structurer la formation des installateurs et des ateliers. Un chantier à accélérer, car si les opérateurs annoncent avoir des ateliers candidats, il reste encore à les mettre en lumière : à ce jour, seul Autobacs a communiqué sur cette nouvelle offre, en partenariat avec REV Mobilities. ●

c.ridet@zepros.fr

Vite !

ÉLECTRIFICATION

Quid de la concurrence des bornes ?

L'Autorité de la concurrence a décidé de se saisir d'office pour avis afin d'évaluer la situation concurrentielle du secteur des infrastructures de recharge pour véhicules électriques. Si le marché est dynamique, il est en phase de structuration avec un cadre normatif qui évolue. L'Autorité souhaite donc procéder à une analyse globale du fonctionnement de la concurrence dans ce secteur au premier semestre 2024.



Disponible dès maintenant ! Le nouveau bras de suspension MEYLE HD pour Tesla.

MEYLE HD #HD20YRS

Le nouveau bras de suspension MEYLE HD pour les modèles Tesla 3 et Y est la dernière avancée pionnière sur l'IAM. La solution des ingénieurs est plus légère, plus stable et garantie 4 ans.* Avec cette innovation, MEYLE souligne son rôle de précurseur de l'e-mobilité. Et prouve que MEYLE eSolutions développe des pièces plus performantes et plus durables.

Plus d'infos www.meyle.com/fr/bras-de-suspension-tesla

Réf. MEYLE 70-16 050 0039/HD Jeu de bras de suspension,
70-16 050 0009/HD Bras de suspension gauche,
70-16 050 0010/HD Bras de suspension droit.

CO₂ compensé
Produit
ClimatePartner.com/15325-2205-1001



Matériel de montage inclus

MEYLE
DRIVER'S BEST FRIEND

Vite!

STATIONS-SERVICE

40 MA tire la sonnette d'alarme



L'association 40 millions d'automobilistes (40 MA) s'inquiète des conséquences des grèves actuelles dans les raffineries et les dépôts pétroliers sur le maillage territorial des stations-service françaises. Elle rappelle qu'en 40 ans, une station a fermé tous les trois à quatre jours, dont une centaine en 2022. Elles étaient 40 000 en 1980, vs 11 000 aujourd'hui. Les petites stations traditionnelles ont été les plus touchées, leur nombre ayant été divisé par sept pendant cette période. Depuis la crise sanitaire, elles font face à la hausse du prix de l'énergie et ont perdu 25 % de leur CA. Elles ne sont plus que 5 800. Les zones rurales sont les plus pénalisées par ces disparitions.

SALON

Futurmotive, labo de la transition énergétique

Du 16 au 18 novembre prochains se déroulera, à la foire de Bologne, Futurmotive Expo & Talks (by Autopromotec).

Cet événement entend rassembler les acteurs de la filière autour de la transition énergétique. Pour Renzo Servadei, le directeur général d'Autopromotec, «l'arrêt des moteurs thermiques va complètement bouleverser toute la chaîne de valeur». Les halls 14, 16 et 19 et les aires extérieures 42 et 43 du Parc des Expositions de Bologne accueilleront ainsi, sur environ 25 000 m², des solutions et d'innovations (VL/VUL/PL) en matière de motorisations alternatives, composants, équipements de garage, pneumatiques, nouveaux matériaux,



connectivité et véhicule autonome, solutions de recharge de VE. Futurmotive explorera également les enjeux du secteur à travers des tables rondes sur les thèmes de l'industrie, de l'importance grandissante de la data, de la connectivité, de la supply chain, de l'emploi et des réseaux. Le recyclage faisant partie intégrante de la transition énergétique, l'événement accueillera les Recycling Awards (trophées du recyclage).

J. M.

ZONES À FAIBLES ÉMISSIONS

Sénat et Feda mobilisés

Le Sénat s'empare de la question des ZFE. Pointant du doigt tout autant le manque de pédagogie dans leur mise en place que les risques d'inégalité sociale, le manque d'offres alternatives aux véhicules thermiques, lorsqu'il ne s'agit pas de l'absence de moyens de contrôle, il s'inquiète des tensions que les ZFE cristallisent. La Commission de l'aménagement du territoire et du développement durable annonce donc lancer une mission « flash ». Son rapporteur, Philippe Tabarot, se rendra auprès des élus locaux, des administrés et des professionnels, mais aussi des acteurs

de la décarbonation du transport routier, afin d'identifier des propositions « conciliant amélioration de la qualité de l'air dans nos agglomérations et acceptabilité sociale », indique le communiqué du Sénat. La Feda reste quant à elle mobilisée: dans la droite lignée du Tour de France des métropoles concernées avec l'association 40 millions d'automobilistes, elle annonce avoir été reçue par le coordinateur interministériel des ZFE-m. Elle doit également être prochainement entendue par le ministère de la Transition écologique.

J. M.



Pour ne pas faire des ZFE des zones à forte exclusion, une commission lance une mission « flash » pour renforcer leur acceptabilité.

« TOUS LES ACTEURS DU PNEUMATIQUE SONT CONCERNÉS PAR LES ZE AWARDS »

PAROLES DE PARTENAIRE

Dominique Stempfel, président du Syndicat du Pneu

Après l'auto et la carrosserie, le pneu est également au cœur des Ze Awards avec le Syndicat du Pneu aux côtés de Zepros. Le 5 juin prochain, huit prix seront décernés aux vainqueurs en lice pour cette première édition. Dominique Stempfel, le président du Syndicat du Pneu, explique pourquoi l'écosystème entier doit participer!

■ Quel est l'objectif de cet événement ?

Il y a de nombreuses distinctions décernées dans l'univers de l'auto, mais aucune n'est destinée spécifiquement aux acteurs du pneu. Nous devons corriger cette anomalie, tout en préparant l'avenir puisque le pneu est l'enjeu majeur de l'après-vente de demain. Avec Philippe Paulic, président de Zepros, nous avons la responsabilité d'animer cet événement et d'en faire une manifestation prestigieuse. Le pneu et ses acteurs le méritent.

■ Qui peut monter sur scène ? Qui peut participer ?

Tous les acteurs de l'univers du pneu et de ses services associés sont concernés: manufacturiers, distributeurs et revendeurs, fabricants de matériel, services informatiques... Mêm les start-up et les écoles qui peuvent présenter des solutions originales. Ces Ze Awards mettront en lumière des entreprises, des entrepreneurs et des personnalités qui, d'une manière ou d'une autre, innove pour faire avancer le pneu.

■ Les termes entrepreneur, innovation, RSE et formation sont prépondérants. Pourquoi ?

Parce qu'il y a des entreprises et des entrepreneurs innovants, parce que l'entrepreneuriat

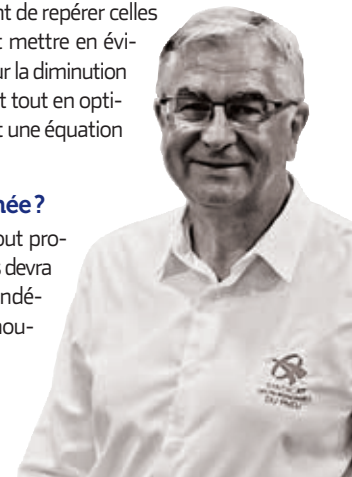
et l'innovation sont absolument indissociables et parce que le pneu est en pleine mutation technologique sur un marché qui doit s'adapter aux contraintes géopolitiques! Et bien souvent les idées nouvelles apparaissent dans l'adversité! Enfin, parce qu'aucune évolution ne peut se faire sans prendre en compte les conséquences environnementales. Nous devons donc promouvoir les solutions qui limitent l'impact du pneu dans une filière qui souffre de difficultés de recrutement.

■ Cette remise de prix va donc améliorer l'image de la filière et du pneumatique ?

Absolument, l'image du pneu n'est pas très bonne et rend nos métiers peu attractifs, alors qu'en réalité le produit est passionnant et génère des métiers de passion. De nombreuses initiatives voient le jour et il est important de repérer celles qui sont les plus efficaces. Ces Ze Awards vont mettre en évidence l'engagement de l'ensemble de la filière pour la diminution de l'impact du pneumatique sur l'environnement tout en optimisant son niveau de sécurité, cet équilibre étant une équation complexe à résoudre.

■ Qui peut être la personnalité de l'année ?

Je n'ai aucune idée préconçue et je m'interdis tout pronostic. Le jury constitué d'experts et de journalistes devra sélectionner les meilleurs candidats, en toute indépendance. C'est une perspective vraiment enthousiasmante!



« Toutes les candidatures sont les bienvenues ! »



Besoin d'une pièce pour votre garage ?

Sur eBay, trouvez forcément la bonne pièce au bon prix.


- ✓ Des millions d'équipements et de pièces détachées
- ✓ Pièces neuves et de réemploi

Auto

Moto



 Paiements sécurisés

 Retours simplifiés

 Vendeurs pros et particuliers

 Garantie client eBay



Un large choix de pièces neuves et de réemploi disponibles sur ebay.fr

Rendez-vous sur eBay

The eBay logo, featuring the word 'eBay' in its characteristic multi-colored font.

30 JOURS dans vos REGIONS

Votre entreprise innove, déménage, propose un nouveau service. Parlez-nous de vous!

m.blancheton@zepros.fr

22 CÔTES-D'ARMOR

Cobredia reprend les sites de SGVSA



Selon l'Autorité de la concurrence, Cobredia a négocié le rachat des sites Mercedes, Smart, Opel, Kia et Honda du groupe Gérard Hamon (SGVSA) en Côtes-d'Armor, effectif au premier trimestre 2023. L'ensemble représente un volume de ventes moyen de 1500 VN, un stock de 300 VO et un CA de 52 M€ en 2020. Cette acquisition étend le portefeuille de Cobredia qui comprend les marques Audi, Volkswagen, Skoda, Citroën, DS et Toyota dans le département.

54 NANCY

TransakAuto débarque

Nouvelle agence annoncée pour TransakAuto dans le Grand Est ! Après Reims, Colmar, Creutzwald et Strasbourg, l'enseigne de conseil en transaction automobile annonce son implantation à Nancy. L'agence devrait être opérationnelle au premier avant la fin du premier semestre.

49 TIERCÉ

Autovéo Peugeot change de mains



La holding YL Participations d'Yves Landrau se sépare d'une de ses activités dans l'automobile. Elle a cédé le garage Autovéo Peugeot de Tiercé au groupe Tombini/Idéal, déjà présent à Angers, Beaucazoué et La Flèche. Ugo Tombini, Stéphane Adam et Christopher Le Gouic ont repris les rênes de l'agence.

35 | BOURG-DES-COMPTES

L'Atelier Auto ferme ses portes

Clap de fin pour l'Atelier Auto, dont le dirigeant met un terme à l'activité après quatorze années à la tête de l'entreprise. À 53 ans, Christophe Feuldet se dit lassé par les trop fortes contraintes qui pèsent sur son métier: entre la hausse des coûts, une gestion administrative chronophage et une concurrence en expansion, il affiche avec regret un désamour de la profession qu'il exerce depuis ses seize ans. «*Tout est devenu très compliqué. Aujourd'hui, il faudrait passer*

plus de temps derrière son ordinateur à lire ses mails qu'à exercer vraiment son activité», déclare-t-il. En outre, il déplore les coûts d'assistance technique ou de mise à niveau des logiciels de gestion ou comptables qui ne cessent d'augmenter ou ne sont plus adaptés à une petite structure comme la sienne. À ces contraintes opérationnelles vient s'ajouter «*la fatigue du corps*», après trente-huit ans en réparation qui ont détérioré sa santé et fini par le convaincre qu'il était



Christophe Feuldet met un terme à l'aventure de l'Atelier Auto.

grand temps de prendre du recul. Christophe Feuldet ne tire pas un trait sur sa carrière mais va redevenir salarié en profitant de

la forte demande actuelle de main-d'œuvre ou en se réorientant vers la mécanique industrielle. ●

Renaud Chasle

LORRAINE

Car Avenue étend son maillage

Nouvelle croissance externe pour Car Avenue! Le groupe lorrain vient de reprendre SWA, la filiale du Rémois PWA, distributeur Kia et des ex-marques FCA. Les concessions de Woippy et de Thionville en Moselle ainsi que celle de Lexy en Meurthe-et-Moselle battent depuis fin 2022 pavillon Car Avenue. Le Lorrain poursuit ainsi sa stratégie de marques. L'opération lui permet de consolider son portefeuille Stellantis

en commercialisant 400 VN supplémentaires et conforte sa place dans le Top 10 des distributeurs Kia avec 250 VN de plus de la marque coréenne. Avec plus de 21000 VN Peugeot Citroën, DS, Opel, Fiat, Abarth, Alfa Romeo et Jeep distribués en Lorraine et en Alsace, Car Avenue s'affiche comme l'acteur majeur de la distribution Stellantis dans la région Grand Est. ●

Emmanuel Varrier



Car Avenue continue son maillage territorial en reprenant SWA, filiale de PWA, distributeur Kia et des ex-marques FCA.

22 | GRÂCES

Bahezre Change de propriétaire



Les nouveaux gérants envisagent de mettre en place des services digitaux tels que le devis ou la demande de dépannage en ligne pour une clientèle plus jeune.

Après trente ans à la tête de son entreprise créée par ses parents en 1976, Stéphane Bahezre cède sa place à Benjamin Tartuff et Gwénaëlle Le Dornier. Le couple souhaite donner un nouvel élan à l'atelier. Avec vingt ans d'expérience et spécialisé en électronique, Benjamin Tartuff assure les interventions tandis que sa compagne prend en charge la gestion administrative, l'accueil des clients et la station-service. Ensemble, ils dirigent une équipe constituée d'une secrétaire et

d'un mécanicien et disposent de cinq postes de travail pour effectuer tous types d'interventions mécaniques quelle que soit la marque du véhicule. En attendant l'arrivée d'un second technicien, l'ancien dirigeant assure la transition. L'atelier a récemment été rénové afin de mieux supporter la croissance de l'activité ces dernières années. Le garage propose aussi un service de dépannage-remorquage sur un rayon de 30 kilomètres et une fourrière. ●

R. C.



63 | LEZOUX

Distrigo: Alliance Centre Auvergne monte encore en puissance

Créée en 2017, la plateforme PR Distrigo de Lezoux lancée par ses quatre distributeurs actionnaires de l'époque – Thiers Automobile, Vulcain, SAGG et Fahy – évolue encore. Au menu: l'intégration des quatorze marques Stellantis, la prospection de nouveaux clients... En vendant ses concessions de Clermont-Ferrand et d'Issoire, le groupe Vulcain a cédé ses actions aux trois autres membres fondateurs, comme le prévoit le pacte d'associés lors de la création de la plaque Distrigo Alliance Centre Auvergne (ACA) il y a six ans. À présent, un nouvel actionnaire pourrait faire son entrée... et non des moindres puisqu'il s'agit d'Emil Frey France, premier groupe de distribution en France

et propriétaire du groupe de concessions ABCIS. « Travailler ensemble serait cohérent car nous sommes sur le même territoire », indique Michel Meilhaud (Thiers Automobile). ACA est en progression de 11% en 2022 avec un CA de 128 M€ HT, ce qui la positionne dans le Top 10 des plateformes Distrigo. « Pour respecter les délais vis-à-vis de nos clients installés sur douze départements, nous travaillons constamment avec les transporteurs pour des livraisons dans les temps. » ACA doit également pousser les murs pour accueillir les pièces FCA (Fiat, Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Lancia, Maserati, Dodge), après l'intégration des pièces Opel: un hectare et demi de terrain a ainsi été acquis



Michel Meilhaud a annoncé le doublement de la surface du bâtiment.

pour les extensions, soit un doublement de la surface du bâtiment). Les travaux commenceront à l'automne prochain. « Nous allons passer de la distribution de quatre à quatorze marques. Et si les concessions ABCIS de Peugeot à Clermont-Ferrand,

Riom, Vichy, Montluçon et Aubière, avec leurs agents de marque, nous rejoignent, nous dépasserons les 200 M€ de CA, devenant ainsi l'une des premières plaques de l'Hexagone », prévoit le chef d'entreprise. ●

Jean-Pierre Raynaud



57 | TRÉMERY

L'usine Emotors de Stellantis inaugurée



Carlos Tavares et Roland Lescure ont inauguré l'usine Emotors à Trémery.

Un million de moteurs pour véhicules électriques par an d'ici 2024! Capacité de production annoncée de la nouvelle usine Emotors de Stellantis à Trémery à l'occasion de son inauguration. « Notre engagement d'être le champion du secteur automobile dans la lutte contre le changement climatique passe par chacun de nos sites embarquant l'ensemble de nos collaborateurs dans l'aventure électrique », a assuré Carlos Tavares, CEO de Stellantis, aux côtés de Roland Lescure, le mi-

nistre délégué en charge de l'industrie qui avait fait le déplacement sur le site lorrain. Histoire d'accompagner les collaborateurs dans cette mutation électrique, plus de 6000 heures de formation dédiée à cette technologie ont été dispensées depuis un an aux employés de Trémery. Un virage industriel en cours de réussite pour le site lorrain, qui a été l'une des plus importantes usines de moteurs Diesel dans le monde. ●

E. V.



33 | BRUGES

Retrofleet va assembler ses batteries à Bordeaux

Après sa création en 2020 et une première levée de fonds en 2022, Retrofleet accélère en régions. La société parisienne spécialisée dans la conversion électrique de flottes de véhicules et dans les recharges pilotées et solarisées, annonce son arrivée cette année à Bruges, dans la métropole bordelaise. Retrofleet installera une ligne d'assemblage de packs batteries et une base de service après-vente (SAV) sur le terrain de l'entreprise Bacqueyrisses, acteur régional dans la vente et le SAV de bus et cars. Avec ce projet, la société ambitionne la création d'une quinzaine d'emplois. Au-delà de Bordeaux, il s'agira de traiter avec des clients du Sud-Ouest pour transformer en priorité des cars, des bus mais

aussi des pick-up. « Le car prototypé est actuellement en phase de test à l'UTAC qui doit conduire à l'homologation du véhicule au printemps », annonce Emmanuel Flahaut, cofondateur de Retrofleet. L'entreprise annonce avoir déjà reçu des commandes fermes de transport en commun de personnes ou encore d'acteurs de la logistique. Retrofleet, qui a prévu d'investir 1 M€ à Bordeaux, cible la transformation de 200 véhicules à l'année. « Si nous avons choisi cette implantation, c'est parce que le transport logistique y est important et qu'il y a, dans cette région, un intérêt des décideurs publics pour la décarbonation », explique le dirigeant. ●

Hélène Lerivain



Retrofleet vise un coût de la conversion globalement deux fois moins cher qu'un véhicule équivalent électrique neuf.

63 | SAINT-IGNAT

Georges Groine a rejoint Thierry Sabine



Avec la disparition de Georges Groine à l'âge de 88 ans, c'est une figure familière des premiers Dakar qui s'en va. Il a créé son entreprise de transport à Aubière avant de se lier avec Mercedes et d'ouvrir la concession PL SEVI 63. Premier Dakar en 1980, premier transport de pièces en 1981, collaboration avec le groupe PSA, Guy Fréguelin et l'écurie Citroën. Et une version rallye-raid du Mercedes ML 430 V8 au début des années 2000...

35 | RENNES

Lecluse reprend Porsche



Le groupe sarthois fait l'acquisition des concessions Porsche de Rennes et Nantes détenues par Freedom Car Dev. Comptant parmi les dix premiers distributeurs Porsche en France, Lecluse va ainsi renforcer son réseau avec désormais six points de distribution dans l'Hexagone. En 2021, les concessions de Freedom Car Dev ont généré un CA de 2,27 M€.

85 | FONTENAY-LE-COMTE

Courilleau Pneus arrive en Vendée

Le groupe Courilleau Pneus, dont le siège est à Bressuire, concrétise une seconde implantation en Pays de Loire après son installation à Saumur. Il a repris la société Aubert Pneus, qui fait partie du réseau Siligom, basée à Fontenay-le-Comte. Courilleau souhaite recruter deux personnes sur ce site, le huitième désormais du groupe.



38 | SAINT-SAUVEUR

Accus Equip 38 : Christian Cogne a de l'énergie à revendre

Durant plus de trente ans, il a roulé sa bosse dans la région Auvergne-Rhône-Alpes comme agent commercial multitarif. En 2020, le Covid-19 a agi comme un détonateur. À 55 ans, Christian Cogne a créé son entreprise... «Plusieurs sociétés pour lesquelles je travaillais ont été reprises durant l'épidémie et mes mandats rachetés. C'est là que j'ai décidé de me mettre à mon compte», se souvient le fondateur d'Accus Equip 38. L'idée est née d'un simple constat: personne ne distribuait de piles ni de batteries dans sa région, pas même à Saint-Sauveur, un village de 2000 habitants au pied du

Vercors. Depuis mai 2022, ce manque est comblé. « Ces batteries sont conçues pour le démarrage auto-moto-PL-agri, recyclage, onduleurs, véhicules de loisirs! Elles sont destinées à de nombreux usages et jusqu'à quatre fois moins chères qu'en grande surface. J'ai complété les rayons avec des produits que je maîtrise depuis longtemps: vêtements de protection, outillage...», détaille Christian Cogne. Avant d'ouvrir, il a engagé environ 20 000 € de travaux (agencement, électricité, plomberie, peinture, sols, sécurité), affronté les tracasseries administratives, aménagé un bureau et un ma-



Christian Cogne, fondateur d'Accus Equip 38.

gasin dans un local de 360 m² et l'a mis aux normes PMR. Situé dans une zone artisanale, il a

communiqué dans les journaux locaux, distribué des flyers et des cartes de visite, créé le site

internet www.accusequip38.fr. « Je suis relais colis Pickup Services, je rencontre des particuliers, artisans, agriculteurs qui apprécient l'ambiance chaleureuse et l'offre de ma boutique. Malheureusement, de nombreux garagistes, adhérents à des réseaux, ne jouent pas vraiment le jeu pour le moment... » Malgré un démarrage poussif durant la canicule, un début d'hiver frileux et une augmentation continue des prix, le créateur d'entreprise reste confiant et peut compter sur la fidélité de ses anciens clients distributeurs et une soixantaine de PME alentour. ● J.-P. R.

36 CHÂTEAUX

Rétroberry fait le plein de marchands



Avec 260 exposants, Rétroberry reste l'une des plus importantes bourses en France. Le marché de la pièce réunit des milliers de visiteurs bravant les mauvais temps pour fouiner dans les caisses des marchands. Comme en 2018, les 30 prétendantes au titre de Miss France étaient dans la ville. Pour parader dans les rues commerçantes, elles ont embarqué dans des 2CV et Méhari réunies par la société Renov 2 CV.

86 INGRANDES

Ombrières sur le site DVTA

Spécialiste du transport et de la logistique automobile, le groupe 2L Logistics vient d'inaugurer sur le site de sa filiale DVTA la mise en service de 36 660 panneaux solaires en ombrières photovoltaïques. Cette installation permet de couvrir les 6 000 véhicules stockés sur ce site de 12 hectares. L'investissement, engagé par Engie Green, s'élève à 17 M€. La production d'électricité couvrira l'équivalent de la consommation électrique annuelle de 8 000 habitants.



44 | NANTES

Un labo pour développer les batteries de demain

Blue Solutions accélère le développement de ses batteries tout-solide, dites de quatrième génération. La filiale du groupe Bolloré entretient des relations étroites avec l'Institut des Matériaux Jean Rouxel (CNRS / Nantes Université) depuis 1997. Les deux partenaires viennent de franchir une nouvelle étape en créant un laboratoire commun: IMNBlue Lab. Cette alliance de compétences doit permettre d'optimiser l'autonomie et la

durée de vie des batteries tout-solide (Lithium Métal Polymère) de Blue Solutions. Ces batteries durables, à ce jour recyclables à hauteur de 80 %, n'intègrent ni cobalt, ni cadmium, ni nickel. IMNBlue Lab devra lever les verrous scientifiques autour de l'intégration de ces batteries sur les véhicules individuels et les bus. L'objectif de Blue Solutions est d'investir le marché automobile à l'horizon 2026-2028. ●

Thierry Goussin



Les partenaires lors de l'inauguration du IMNBlue Lab à Nantes.



49 | CHOLET

Nouveau pôle auto au Cormier



AD Expert, Ewigo, Barrault... Toutes les enseignes se concentrent sur le nouveau pôle auto du Cormier.

Bien visible à l'entrée de la ZA du Cormier et à deux pas de Leroy Merlin, la station de lavage Lav'Car est située sur un petit promontoire. On retrouve derrière cette première station de l'enseigne en Maine-et-Loire deux associés, Julien Humeau et Jason Poilane. Ils y ont ajouté un panel de services: distributeurs de bocaux et de pizzas, station de gonflage, point relais colis. Mais aussi un projet immobilier de 3 000 m² tournant autour de l'automobile. Le distributeur de pièces détachées Barrault, acquis par Emil Frey l'automne dernier, y a installé son 51^e magasin en France mais son tout premier

dans le département. Il livre les professionnels deux à trois fois par jour et la proximité avec la plateforme de Niort, qui stocke 65 000 références sur 9 000 m², garantit une disponibilité rapide des pièces. Déjà présent à Cholet, le garage AD Expert Robin Automobiles a implanté son second site sur ce nouveau pôle. Le courtier automobile Ewigo, qui multiplie les ouvertures d'agences dans la région, s'est également installé. Deux cellules restent à attribuer sur un pôle qui, entre visiteurs, salariés et entreprises, devrait rapidement trouver son rythme de croisière. ●

T. G.



EST ENTREPOT

LE RENDEZ-VOUS DES GRANDES MARQUES DE PIÈCES AUTOMOBILES

ESSUYAGE

BEG CONVENTIONNELS

BEG PLAT

BEG RETROFIT

BEG ARRIERES

BRAS D'ESSUIE-GLACE

MOTEUR D'ESSUIE-GLACE

POMPE LAVE-GLACE

TRINGLERIE D'ESSUIE-GLACE

GICLEUR LAVE-GLACE



plus de
1600
références
stockées



EST ENTREPOT

16 bis,
avenue de la Malgrange
54140

JARVILLE LA MALGRANGE

Tél. : 03 83 37 30 67
adv@est-entrepot.fr
www.est-entrepot.fr



Crise des énergies: quelles aides pour les garagistes?

À l'initiative de la COPMA, la Chambre des métiers d'Alsace (CMA) a organisé une réunion d'information. Au menu, un seul sujet: quelles aides peuvent obtenir les professionnels de l'automobile face à l'augmentation des coûts de l'énergie? Thomas Herrmann, conseiller Énergies à la CMA, rappelle les principales mesures pour un secteur fortement consommateur. Une seule démarche à effectuer: envoyer au fournisseur une attestation d'éligibilité. En clair, pour toute énergie, les aides dépendent d'abord du statut de l'entreprise et des contrats souscrits. S'agissant de l'électricité, l'augmentation est limitée à 15% depuis le 1^{er} février 2023 pour les TPE de moins de dix salariés et au CA inférieur à 10 M€, avec une



Thomas Herrmann, spécialiste transition écologique et chargé de développement à la CMA.

puissance souscrite inférieure à 36 kVA et dans le cas d'un tarif de vente réglementé. Si le tarif n'est pas réglementé, un bouclier tarifaire est prévu mais les modalités d'application ne sont pas connues. Il semblerait cependant qu'une réduction sur la facture sera consentie par le fournisseur. Si la puissance souscrite est supérieure à 36 kVA (avant 2022), une aide forfaitaire est accordée

depuis le 1^{er} janvier 2023 sur 50% de la consommation, si le prix de la part énergie est supérieur à 180€/MWh. Enfin, si un renouvellement ou un nouveau contrat a été signé en 2022, quelle que soit la puissance souscrite, le prix est limité à 230€/MWh pour 2023. Dans tous les cas, les entreprises doivent adresser à leur fournisseur leur attestation d'éligibilité, disponible chez eux ou téléchargeable sur le site economie.gouv.fr. C'est la seule démarche à faire pour obtenir les aides. En outre, gaz et électricité peuvent bénéficier d'une aide supplémentaire cumulable auprès des impôts, demande à formuler sur le site internet impots.gouv.fr (plus d'infos: thermann@cm-alsace.fr). ●

Christophe Nagyos



Mobiliens et Pôle Emploi veulent aider à recruter

Dans le cadre de la Semaine des Services de l'Automobile et de la Mobilité (SSAM), Nadine Annelot (présidente régionale Auvergne-Rhône-Alpes de Mobilians) et Frédéric Toubeau (directeur régional de Pôle Emploi) ont signé une convention dans les locaux du GNFA qui lie les deux structures. Celle-ci vise à la mise en œuvre d'actions concrètes pour favoriser les recrutements dans les métiers des services de l'automobile et de la mobilité. Les deux entités ont ainsi acté des axes prioritaires de leur collaboration. La signature a été l'occasion d'échanges entre représentants des entreprises et de Pôle Emploi, avec des démonstrations qui tournaient autour des métiers concernés par cet accord: habilitation électrique, covering,

débosselage sans peinture... Ces animations et la diversité des véhicules exposés (VL, PL, deux-roues électriques ou au gaz, vélo à hydrogène, etc.) ont illustré les savoir-faire des métiers et la richesse des opportunités de la filière. ●

J.-P. R



Nadine Annelot et Frédéric Toubeau souhaitent trouver des solutions au recrutement.

49 MAINE-ET-LOIRE

GCA s'ancre chez BMW



Le groupe GCA, basé à Cholet, se renforce dans son berceau du Maine-et-Loire et sur la marque BMW. Il vient de reprendre à Sébastien Richer les sites BMW MINI de Dynamism Automobiles à Angers et à Saumur. Ces deux concessions affichent des volumes VN de 450 BMW et 250 MINI pour un CA de 50 M€ en 2021. Le groupe dirigé par David Gaist compte désormais 25 sites aux couleurs des marques BMW et MINI.

17 LA ROCHELLE

Michel se lance dans le VE chinois

Le groupe automobile rochelais Michel, distributeur Renault et Dacia, a annoncé qu'il allait commercialiser dès l'an prochain deux marques chinoises spécialisées dans les voitures électriques, Seres et Leapmotor. La distribution de ces deux marques reste un complément d'activité.



CEO Car Caring ouvre un centre national entièrement dédié à la relation client

CEO Car Caring a ouvert un centre national de relation client en Gironde dans un contexte d'accroissement de son activité. Avec cette nouvelle implantation, ce spécialiste des services automobiles va pouvoir gérer l'offre de conciergerie auprès d'acteurs avec qui il a signé de nouveaux partenariats, en particulier Agilauto du Crédit Agricole et BPCE Car Lease. Les deux

banques se sont lancées dans la location longue durée. De quoi donner de belles perspectives à CEO Car Caring. «Le Crédit Agricole compte 28 millions de clients», rappelle Laurent Latour, président et fondateur de CEO Car Caring, qui précise que «la mobilité devient la priorité des banques qui veulent proposer des financements avec des services». L'entreprise s'inscrit dans cette dynamique

mais aussi dans celle des distributeurs automobiles. Laurent Latour a signé un partenariat avec Eden Auto pour le lancement d'un service de conciergerie en marque blanche pour la concession BMW de Bordeaux. «Pour qu'un groupe auto survive, il lui faudra être de plus en plus multimarque et surtout se mettre en avant», commente-t-il. Si CEO Car Caring, implanté en Ile-de-

France, a choisi la Gironde pour ce nouveau site qui jouera également le rôle de centre de R&D, c'est avant tout «parce que nous nous devons d'être en régions. 95% des clients du Crédit Agricole et de BPCE sont en province», assure Laurent Latour. Il s'agit également de proposer de meilleures conditions de travail à nos salariés. » ●

H. L.



Fin 2023, le centre de Marcheprime accueillera 10 salariés. Dans les cinq ans, CEO Car Caring vise les 60 collaborateurs



Rejoignez notre réseau de distributeurs



Depuis plus de **20 ans**, notre concept clé en main répond à **100% de vos besoins**

Commerce

Hotline technique
Concept technique
Réseau de réparateurs
Plateforme de fidélisation
Promotions commerciales

Gestion

Gestion du personnel
Comité des distributeurs
Solutions de financement
Indicateurs de performance
10 experts à votre disposition

Organisation

Service clients
Formation des équipes
Accompagnement à l'ouverture
Concept magasin & libre-service
Réapprovisionnement automatisé

et bien plus encore...

BÉNÉFICIEZ D'OFFRES EXCLUSIVES !

Contactez nous

au **06 12 45 57 49**

ou par mail à l'adresse :
eric.pelissier@doyen-auto.com



<https://bit.ly/3Juld0X>

1 La rechange constructeur a déjà intégré les bouleversements liés au SAV des véhicules connectés. Des ruptures bien différentes de celles apparues il y a vingt ans avec les bus CAN, le common rail ou encore les reprogrammations...

2 Les constructeurs et leurs réseaux veulent avancer plus vite que la rechange indépendante en gardant une longueur d'avance commerciale via la vente VN et VO, mais surtout en créant une avance technologique grâce à la connectivité et l'électrification. Objectif: garder le client bien au-delà des quatre ans de garantie.



1

FOCUS

ENTRETIEN PRÉDICTIF Votre prochaine ré

Et si l'entretien prédictif était la vraie révolution des constructeurs pour garder le client? Un cheval de Troie renforcé par une data ultra-aiguillée pour percer les lignes d'une rechange indépendante moins armée! Un seul mot d'ordre: anticipez!

Attention, train à très grande vitesse en approche! En dix ans, la maintenance préventive s'est installée à bord de véhicules de plus en plus connectés sur les rails d'un parc encore majoritairement thermique. Sauf qu'aujourd'hui, tandis que les flottes (VL et PL) sont plus addicts de la méthode, optimisation des coûts oblige, la rechange constructeur a pris le train du préventif en marche pour leurs VP tandis que la rechange indépendante est encore sur le quai. De multiples raisons expliquent ce retard: crise sanitaire et économique, parc vieillissant, manque d'outils ou solutions abandonnées (on se souvient de la révolution manquée avec le dongle), et un contexte global qui ne semble toujours pas favorable pour imaginer cette réparation 3.0 chez les indépendants. Sauf que le train dans lequel sont

installés les marques et leurs réseaux a encore pris de l'allure et pourrait bien mettre une distance impossible à rattraper.

L'indispensable data

Son carburant? La data sans cesse renouvelée par des véhicules qui infusent le marché depuis quelques années avec une connectivité qui n'a plus rien à voir avec celle du passé, valorisant sans cesse le marché (cf. encadré page 23). Le tout poussé bien sûr par d'autres ruptures technologiques que sont l'électrification et la digitalisation. Si les marques et leurs réseaux réussissent à transformer ces révolutions en valeur client, la révolution sera d'un seul côté. Et même si le parc est vieillissant, la valeur résiduelle de ce dernier va augmenter, ouvrant deux opportunités pour l'après-vente constructeur: des clients souhaitant maintenir la valeur de leur véhicule plus longtemps, même après sept ans – d'où la multipli-

cation des contrats d'entretien et des certificats de diagnostic électronique et batterie – et un marché VO tenu par des produits de financement fidélisants, SAV inclus.

Triptyque gagnant pour les constructeurs

Les constructeurs possèdent à la source le triptyque idéal: le véhicule, le client et la data, le laissant penser qu'il captera le véhicule bien au-delà, et pour de bon cette fois, des quatre à cinq ans fatidiques, servi par un entretien prédictif voire proactif. Au cœur de cette perspective alléchante, un CRM faisant le trait d'union entre le véhicule et l'atelier du concessionnaire, venant compléter le dispositif de contrats d'entretien qui trouvent de plus en plus de clients (déjà 50% chez Nissan France par exemple). L'entretien d'un VE est également plus compétitif qu'un thermique, autre avantage supplémentaire. Les prévisions les plus rassu-

rantes disent qu'en 2030, l'IAM détiendra 70% de l'après-vente, mais de quelle après-vente s'agira-t-il? Peut-on rester sur l'idée d'un parc thermique faisant encore les belles heures de la rechange indépendante au moins pour vingt ans? Et après?

Nécessaire adaptation des indépendants

Pas question de ne récupérer que les miettes pour une rechange indépendante qui a toujours été capable de s'adapter... et s'adaptera encore, mais avec un scénario différent de ce que l'on a pu connaître précédemment avec les ruptures technologiques des années 2000 (common rail, reprogrammation...). D'ailleurs, la rechange constructeur ne néglige pas, bien au contraire, le potentiel de la rechange indépendante. Mais cette dernière va devoir être encore plus agile et combative que jamais pour faire sa propre révolution. ●

m.blancheton@zepros.fr

FOCUS RÉSEAUX CONSTRUCTEURS

La connectivité, coffre-fort des ateliers ?

À horizon 2030, tous les constructeurs ou presque annoncent des gammes électrifiées à minima à 80 %, mais toutes connectées à 100 %. Une rupture supplémentaire qui pourrait bien les protéger de toute tentative de réparation extérieure à leurs réseaux.

La connectivité devient massive chez tous les constructeurs, c'est un fait. Chez Renault par exemple, 80 % de son parc sera suffisamment connecté d'ici sept ans pour permettre aux concessionnaires de faire de la maintenance dite proactive. Le constructeur a déjà calibré son offre sur quatre familles : le pneumatique, la batterie, l'huile et le freinage, via ses applications myRenault ou myDacia. Son dernier modèle sorti, l'Austral, communique en temps réel les données d'accélération, de pression des pneumatiques, de qualité lubrifiant et de niveau batterie 12V. Ainsi, le réseau sait déjà avant même le client ce qui se passe sur sa voiture. « Tout l'enjeu réside dans notre capacité à traiter la data commercialement parlant. Nos conseillers doivent être capables de diagnostiquer le véhicule à distance et d'anticiper les besoins du client pour lui offrir une expérience après-vente nouvelle plus fluide et inégalée », estime ainsi François Delion, le directeur après-vente Monde du Groupe Renault.

Des concessionnaires européens testent également des outils pour réceptionner les véhicules sans voir le client (prise de rendez-vous digitale, jockeyage ou boîte à clés, validation de l'ordre de réparation sur le smartphone, opérations additionnelles, paiement en ligne et restitution). « Nous ambitionnons de rendre 80 % du réseau Renault G4 (France, Espagne, Italie et Allemagne) opérationnel d'ici fin 2023. Dès cette fin d'année, deux millions de véhicules Renault seront déjà communicants.



La connectivité n'est plus un rêve. Associée à la digitalisation du parcours client, elle peut constituer une vraie rupture.»

Un CRM qui dépasse le cadre du prédictif

Nissan France a recalibré son CRM pour qu'il devienne encore plus prédictif. Ce dernier est déjà alimenté par l'historique de facturation du réseau. L'outil transfère ensuite les campagnes (SMS, e-mailing) dans le propre outil du concessionnaire pour ses relances. La nouveauté repose sur l'enrichissement de ce CRM par des données réelles grâce à la connectivité croissante et inéluctable des gammes (Navara, Juke, Qashqai...). « Nous récupérons déjà des informations clés comme le kilométrage et la localisation et nous travaillons parallèlement sur une meilleure utilisation en marketing des témoignages d'alerte. Cela nous per-

mettra d'inviter le client à se rendre en concession. » Si ce CRM réel va ainsi permettre d'anticiper les besoins du client, cela suppose un parc connecté encore plus large. Surtout, cela suppose que le client connecte son véhicule en amont (lors de la livraison de son VN par exemple ou lors de son passage en atelier). « La connectivité est croissante et nous n'en sommes encore qu'au début de l'exploitation des données générées. Mais nous prenons de la vitesse et de l'expérience sur le sujet. C'est inéluctable sachant que le parc de Nissan sera 100 % connecté en 2030 », estime Olivier Cavarec. Et là encore, tout l'enjeu du constructeur et de son réseau repose sur leur capacité à utiliser au mieux les outils à disposition, comme le CRM, et transformer les données utiles en OR sonnants et trébuchants. ●

M. B.

volution

« Nous avons la capacité d'exploiter mieux que les autres les ruptures technologiques en cours et à venir. La connectivité des véhicules en fait partie, assurément ! »

François Delion, directeur après-vente Monde du Groupe Renault



DATA ACT

Un marché à 300 Md€

Voté par le Parlement, le Data Act désigne qui peut avoir accès aux données et à quelles conditions, et clarifie déjà un point : le propriétaire des données est celui qui conduit le véhicule car c'est bien lui qui les génère et pas le véhicule seul. L'enjeu est colossal puisque ces données représentent un gâteau de 240 Md€ (maintenance, réparation, services associés)... voire 300 Md€ d'ici 2030 avec un parc connecté qui grossit à vue d'œil. L'accès à ces données trouvera peut-être un tremplin avec un règlement spécifique réclamé par les acteurs de la mobilité.

FOCUS RÉSEAUX INDEPENDANTS

« Le témoin au tableau de bord reste l'arbitre »

Dans les réseaux multi-marques, la maintenance prédictive reste un vœu pieux. C'est certes le rôle du MRA de se positionner en tant que « médecin de famille » et en conseil pour l'entretien auprès de son client. Et de miser sur le préventif plutôt que de devoir faire du curatif, plus onéreux pour son client. Mais c'est plus facile à dire qu'à faire...

« Le contexte économique ne pousse pas les automobilistes à anticiper les interventions sur leur véhicule. Au contraire, ils tirent au maximum, en attendant qu'un témoin au tableau de bord les alerte sur une opération d'entretien à réaliser... », considère Jérôme Magloire, concept manager du réseau Bosch Car Service. Même son de cloche chez Auto-distribution: « Entre la probléma-



tique latente de pouvoir d'achat et des pas d'entretien toujours plus espacés sur les véhicules modernes, le contexte ne plaide pas vraiment en faveur du préventif », estime ainsi Eddy Albert, directeur des réseaux mécaniques VL du groupement de distribution. Reste que des outils pourraient faciliter la tâche du professionnel: « Les outils de marketing prédictif permettent d'exploiter le fichier client afin de rappeler en temps et en heure

quelle intervention doit être prochainement effectuée sur le véhicule », souligne le directeur des réseaux mécanique VL Autodistribution.

Le prédictif prend la flotte

L'entretien prédictif pourrait-il donc venir des clients pros, pour qui le véhicule est un instrument de travail? Là encore, c'est trop tôt. Et pour la même raison: cette typologie de clients est, à l'instar des particuliers,

également contrainte financièrement. « Il y a deux profils chez les professionnels. Les premiers sont les véhicules de flottes en location où le loueur pilote seul le poste entretien. L'adhérent n'a donc pas la main pour anticiper sur une intervention particulière. Le second profil est composé des flottes propriétaires avec un gestionnaire qui attend de son

prestataire la bonne intervention au bon moment, ni plus ni moins », précise Eddy Albert. Techniquement les solutions existent, à l'image de Webfleet Solutions proposé par le groupe Bridgestone. Encore faut-il que les acteurs multimarques puissent avoir accès à toute la data du véhicule... ●

j.morvan@zepros.fr

MARKETPLACE

Afterize donne une valeur à la data

Mieux vaut être précurseur que suiveur pour Mobivia: via sa marketplace spécialisée dans la valorisation de données, le groupe aux multiples enseignes touche peut-être le Graal du comportement client! Depuis bientôt un an, Afterize concentre les données non personnelles sur cinq ans de plus de 50 millions de ses clients européens. Un vrai laboratoire où n'importe quel fournisseur du groupe peut comparer sur le terrain la performance de ses produits (pneus, pièces, accessoires) versus ses concurrents – de manière anonymisée – en fonction des ventes et des renouvellements constatés. En clair, une étude comportementale basée sur des données réelles. La plateforme aimerait accueillir d'autres contributeurs (assureurs, loueurs...).

FOCUS FLOTTES

Le poids lourd demeure toujours en pointe

Si la technologie des véhicules industriels est plus poussée qu'ailleurs, là encore on constate les balbutiements des réseaux sur l'entretien prédictif. Certes, les véhicules connectés commercialisés depuis près d'une dizaine d'années débouchent sur un parc circulant non négligeable. Forcément, ce sont les réseaux de marques qui sont en pointe. Chez Iveco par exemple, 75% des ventes sur les

gammes lourdes et 63% pour les gammes légères (Daily) portent sur des véhicules connectés. En parallèle, depuis trois ans, un camion sur deux vendu dispose d'un contrat de service. Toutefois, « si le véhicule communique avec le chauffeur via une appli sur son téléphone ou vers les gestionnaires de parc (via un portail digital), la transmission de la data n'est pas encore réellement effective jusqu'à l'atelier de la

concession ou du point de service agréé », reconnaît Thierry Kilidjean, directeur général Customer Service Iveco France. Mais le constructeur y travaille: « Deux sites pilotes sont en test pour basculer, grâce à la data, en maintenance proactive », précise le dirigeant. Un problème survient? Le chauffeur et le gestionnaire de parc sont immédiatement alertés par le véhicule. Le rendez-vous peut être pris et le camion

arrive à l'atelier au jour J après qu'une commande de pièce ait été automatiquement générée suite à la prise de rendez-vous.

Le réparateur mute en conseiller service

Dans le monde du multimarquisme, les initiatives se font plus rares. Mais un concept est en train d'émerger avec la société ITTM Solutions (pour Intelligent Truck & Trailer Maintenance).

Celle-ci s'appuie sur la télématique embarquée et l'IA afin de positionner le réparateur dans un rôle de conseiller de gestion de parc. Avec des économies à la clé: « La maintenance prédictive permet un gain de 42% dans le traitement d'une panne par rapport à un ensemble non équipé en télématique embarquée », estime en effet Mathieu Lommere, cofondateur de l'entreprise. À suivre. ●

J. M.

DIGITALISATION



POUR LIMITER L'IMMOBILISATION DU VÉHICULE, Iveco teste en réel la relation digitalisée à son maximum entre la concession et son client.

STRATÉGIE



« **NOUS TRAVAILLONS SANS RELÂCHE** sur l'accès des réseaux multimarques à la data des véhicules. » J. B. Barnier, directeur de l'Expansion et Business développement chez Speedy

CONCENTRATION



SUR AFTERIZE, MOBIVIA COLLECTE puis fournit des millions de data générées par ses neuf marques (dont Midas et Norauto) via ses 1970 centres dans dix-neuf pays.



KENNOL[®]
PERFORMANCE OIL

MADE IN
FRANCE

Avec KENNOL
économisez
jusqu'à **2 litres**
de carburant
par plein.



WWW.KENNOL.COM



GARANTIE CONSTRUCTEUR
PRÉSERVÉE
OE WARRANTY

TENDANCE

Un marché en trompe-l'œil

Selon le Centre Professionnel des Lubrifiants (CPL), l'année 2022 s'est conclue sur un recul de 3,8 % des volumes de vente dans l'automobile.

Le conflit russo-ukrainien a tendu les approvisionnements, faisant flamber les prix des huiles de base et des additifs. « La moitié environ du tonnage d'huiles de base consommé en Europe vient de la Fédération de Russie », rappelle en effet Francis Perry, directeur commercial de Wolf Oil. Les hausses ont été significatives et multiples : quatre entre avril et août ! S'ajoute également « la montée en gamme des produits, donc vendus plus cher », observe Olivier Lafarge, directeur général de Minerva Oil. Mais malgré le contexte, les pros tirent quand même leur épingle du jeu. « Ce fut une année d'équilibrisme, mais nous avons quand

même pu livrer 100% de nos clients ! En multipliant les partenariats avec de nouveaux distributeurs, nous avons enregistré +10% en volume par rapport à 2021. Wolf Oil s'inscrit dans une belle dynamique depuis cinq ans », résume Francis Perry. Du côté de Minerva Oil, les volumes ont « seulement » augmenté de 3,14 %, « mais notre chiffre d'affaires a augmenté de près de 20% », ajoute Olivier Lafarge.

Grades et contenants en cure minceur

Cette montée en gamme des produits est synonyme de plus faible viscosité. S'inscrivant dans une tendance de fond, la réduction des grades des huiles mo-



Les gros contenants (fût de 200 L) cèdent la place à des plus petits, pouvant être accueillis dans des distributeurs dédiés.

teur est dictée par la généralisation du downsizing des moteurs et la pénétration dans le parc des motorisations hybrides. Les huiles 5W30 dominent le

marché, tandis que les best-sellers d'hier (5W40 et 10W) diminuent d'année en année. « Les huiles à faible viscosité poursuivent leur croissance, passant sur les cinq dernières années de 12 à 20% des tonnages d'huile moteur », indique d'ailleurs Castrol. Et l'on parle de l'arrivée prochaine de OW12 voire OW08... En parallèle, le nombre de références explose, ce qui n'est pas sans conséquence sur le stockage à l'atelier. D'où le lancement de nouveaux packagings ! « On assiste clairement à un switch de fûts de 200 litres vers des bidons de 20 voire 5 litres », note le directeur commercial de Wolf Oil, qui lance justement cette année le "bag-in-box", cubitainer de 5 litres. Plus facile à stocker (et à transporter), il peut également pren-

dre place dans une armoire de distribution.

Services complémentaires

Enfin, la hausse continue du nombre de références a aussi imposé la création de services associés aux produits commercialisés : Castrol a par exemple conçu son Learning Campus, une plateforme d'apprentissage numérique pour les ateliers et les distributeurs. Le fabricant vient aussi d'annoncer un service d'assistance technique gratuit permettant aux utilisateurs de ses produits (pros ou non) de bénéficier d'un support auprès d'une équipe de spécialistes. Wolf Oil a pour sa part développé une appli pour les garages : le pro renseigne la plaque d'immatriculation du véhicule et obtient toutes les infos nécessaires à sa vidange. ●

j.morvan@zepros.fr

BREAKING NEWS

Retrouvez toute l'actualité de l'aftermarket automobile sur le nouveau site

auto.zepros.fr



ZEPROS

DIGITAL PRINT ÉVÉNEMENTIEL CONTENT MARKETING

ÉLECTRIFICATION

Quel futur imaginer pour les huiles ?

Même si l'Allemagne a refusé de signer l'accord européen déclarant la fin du moteur thermique en 2035, l'électrification grandissante du parc va inévitablement avoir un impact sur l'activité des fabricants. Mais à moyen-long terme seulement. D'abord parce que l'inertie du parc va permettre de poursuivre l'activité au moins jusqu'à 2050. Ensuite, si les volumes vont baisser, le marché ne se limite pas à l'Europe pour les industriels. « Sur plus des deux tiers de la planète, il n'existe aucune réglementation environnementale comme celle que l'on connaît en Europe. Les marchés extérieurs vont devenir de plus en plus importants », souligne Olivier Lafarge (Minerva Oil).

Gestion thermique

En clair, les huiles actuelles pour moteurs thermiques ont encore de belles années devant elles ! Et les lubrifiants n'ont pas dit leur dernier mot sur le véhicule électrique en lui-même. Quelle que soit la nouvelle technologie de propulsion, un véhicule aura toujours besoin d'huiles : transmission, liquide de frein, graisses... voire celles dédiées à la gestion thermique des moteurs et des batteries. La gamme Castrol ON, développée avec les construc-

teurs, comprend ainsi les fluides de transmission, les fluides thermiques et les graisses, tous conçus pour permettre aux véhicules électriques d'aller plus loin, de se recharger plus rapidement et de durer plus longtemps. Castrol travaille également sur le développement de fluides de refroidissement par immersion, consistant à immerger les batteries du véhicule dans un liquide diélectrique non conducteur. Par rapport aux méthodes de refroidissement conventionnelles, le refroidissement par immersion peut aider à réduire la consommation d'énergie et d'eau nécessaires pour refroidir les batteries et permet aussi la réutilisation d'une partie de la chaleur perdue. Les fluides de refroidissement par immersion sont utilisés dans le refroidissement du matériel informatique, l'électronique de puissance et les batteries haute performance.

De nouveautés pour perdurer

Tous les acteurs travaillent donc aux huiles du futur de la mobilité. « Le secteur des lubrifiants évolue sans cesse, et pas un mois ne se passe sans qu'un des fabricants ne sorte une innovation », acquiesce Olivier Lafarge. Un fait approuvé par Francis Perry (Wolf Oil) qui souligne que son groupe se prépare au véhicule électrique depuis vingt ans ! « Nous avons une gamme de neuf références dédiée aux hybrides, des références pour application sur les électriques apparaissent comme le liquide de frein et l'huile de transmission. Mais le liquide de refroidissement pourrait vraiment être LE produit du futur », conclut-il. ●

J. M.



Les moteurs hybrides imposent de très faibles viscosités. Les fabricants commercialisent donc des gammes dédiées.

NOUVEAU WOLF BAG IN BOX



Le Bag In Box est notre nouvel emballage écologique disponible pour plus de 20 produits Wolf. Spécialement conçu pour s'intégrer dans notre Oil Cabin, il rend votre atelier encore plus organisé et efficace.

Soyez acteur de votre succès.
www.wolfclubes.com

wolf
LUBRICANTS

AIR & HUILE

Vieillessement du parc et inflation : mamelles du marché actuel

Relativement stable, le marché de la filtration côté pièces de grande vente – filtres à air et à huile – surfe sur une conjoncture favorable. D'abord parce que le marché du VN a considérablement souffert depuis 2020, la pandémie de Covid-19 et le contexte inflationniste mondial. Or, moins de VN, c'est moins de véhicules mis au rebut et un parc vieillissant. «Le marché de la filtration est l'un de ceux qui semblent être le moins touchés en période de crise et de ralentissement», affirme Giuseppe Cofano, responsable des ventes Aftermarket VL & PL France & Benelux pour UFI Filters. Le fabricant italien, présent en première monte également, revendique une croissance de ses ventes

toutes familles de produits confondues et n'est pas le seul équipementier à le faire. «Mais la croissance est modérée car les consommateurs font attention à leurs dépenses. Heureusement, il y a toujours des besoins en filtres à huile car la vidange reste obligatoire», se félicite Pierre Robin, responsable marketing & business excellence France / Benelux de Mann+Hummel, maison-mère de Mann Filter.

Ménager chèvre et chou
Mais la forte inflation a pu pousser une partie des consommateurs à repousser les échéances d'entretien. Ou à recourir aux offres dépositionnées appuyées sur des marques telles que Wix chez Mann+Hummel, ou encore MGA.



«Nous n'avons pas augmenté nos prix pour rester agressif sur le marché quand nos confrères ont augmenté les leurs de 12 à 28% selon les familles de produits et les fournisseurs», souligne Yvon Granier, directeur général de MGA. Néanmoins, certains fabricants ont su contenir leurs tarifs également. «UFI a pu renoncer à répercuter sur ses clients l'explo-

sion des coûts des matières premières et du transport pendant toute l'année 2022. La révision de la liste de prix est due à l'évolution normale des ventes d'une année sur l'autre et n'est pas liée à ces hausses», précise G. Cofano.

Vaillants "private labels"
Ce qui ne retire rien au dynamisme avéré des marques de

distributeur, côté demande, en témoigne le groupe Misfat (marques Mecafilter, Misfat, Lucas). Le fabricant tunisien a dû augmenter sa capacité de production, lui qui réalise la moitié de son CA sur les "private labels". «À Crépy-en-Valois (60), nous travaillons sur deux chaînes de deux équipes pour produire 5000 filtres à air de plus par jour ! Nous y travaillons en 2x8 et en 4x6 heures six jours sur sept dans notre usine de Tunisie», détaille Riadh Abdelkefi, directeur commercial groupe et DG de Solaufil France. L'approvisionnement en matières premières européennes lui a permis de ne pas subir les affres de la logistique intercontinentale. ●

r.thirion@zepros.fr



DEPUIS PLUS DE 50 ANNÉES NOUS PLAÇONS LA BARRE TOUJOURS PLUS HAUT

Depuis 1971, nous ouvrons de nouvelles voies dans la technologie de la filtration et de la gestion thermique.

Nous répondons aux nouvelles exigences, avec des normes toujours plus strictes.

C'est ainsi que nous sommes devenus une des entreprises italiennes les plus respectées dans la technologie de la filtration : plus de cinquante années de recherche, de passion et d'innovation.

CONÇU POUR FAÇONNER L'AVENIR



2023 - Copyright © UFI FILTERS spa

www.ufifilters.com



TECHNOLOGIE

Des solutions d'aujourd'hui... et de demain

À peine 1% du parc roulant hexagonal étant aujourd'hui électrifié - véhicules 100% électriques et hybrides rechargeables compris - la menace qui pèse sur la filtration d'air et d'huile reste faible. Même à moyen terme les volumes resteront conséquents en après-vente, y compris à l'horizon 2035. Mais le filtre qui connaît la plus forte dynamique commerciale, le filtre d'habitacle, survivra quoi qu'il arrive. « Les automobilistes accordent une plus grande importance aux questions de santé. L'air que respire le conducteur dans l'habitacle est plus pollué que l'air extérieur: l'habitacle est un espace clos dans lequel peuvent se concentrer des polluants toxiques (particules fines, CO₂, allergènes, bactéries et virus...). Et cette concentration augmente en ville ou dans les embouteillages », rappelle Camille Debomy, cheffe de produit filtration chez Bosch. D'où le dynamisme des solutions les "mieux" filtrantes, comme celles aux polyphénols, aux propriétés anti-allergènes, même si le filtre à pollen classique représente toujours les plus gros volumes devant les filtres à charbon actif.

Pionnier en la matière, Mann-Filter et son Frecious Plus. Ont suivi de près Sogefi et son CabinHepa+, Bosch avec son FilterPro et UFI avec son Argentium, un produit doté d'un média filtrant en fibres synthétiques possédant des propriétés antibactériennes. Elles disposent d'une action antimicrobienne puissante et d'une capacité de neutraliser bactéries, spores et moisissures. « La technologie assure plus de 98,5% d'efficacité de filtration pour des particules avec un diamètre de 2,5 microns, conformément à la norme ISO 11155-1 », témoigne G. Cofano. Le tarif plus élevé de ces dernières références peut dissuader le client final, mais s'agissant d'un filtre d'habitacle,

les 30 à 50 % d'écart de prix moyen sont moins douloureux que sur d'autres pièces mécaniques.

D'autres particules à filtrer

Reste qu'avec la disparition programmée des moteurs thermiques, les équipementiers spécialisés répondent déjà à d'autres objectifs de filtration, plus près de la roue. « Il y a déjà des filtres dans les étriers de certains modèles pour les particules de freins. Idem pour les particules issues du pneu », témoigne R. Abdelkefi (Misfat). « Si la norme Euro 7 vient à inclure ces deux nouvelles familles de filtration des particules, le marché va progresser. L'Audi e Tron a déjà un filtre pour améliorer la qualité de l'air ambiant dans les villes », relève P. Robin (Mann+Hummel). « On peut concevoir aussi des systèmes de refroidissement à air sur les batteries de VE pour l'aseptiser et éviter que des moisissures se déposent, ainsi que des filtres "dé-ionisateurs". Sinon la transmission hydraulique de certains VE exige aussi une filtration pour un fonctionnement plus durable. Certains de ces filtres dureront toute la vie du véhicule, mais d'autres exigeront de la maintenance », confesse

Julien Volpi, responsable des ventes France & Benelux de Mann-Filter. ● R. T.



Le Brake Dust particle filter de Mann Filter dédié aux particules de freinage équipe déjà PL et VL.

CHIFFRES

- 13 millions de filtres à air vendus en IAM en 2021*
- Environ 40 M€ de CA marché France en 2022**
- 16 millions de filtres à huile écoulés en 2021*
- 24 M€ de CA marché France en 2022**
- 6,5 millions de filtres d'habitacle vendus en 2021*
- 95 % du parc européen doté de filtres d'habitacle

* Données GiPA
** Estimations UFI Filters

MANN
FILTER

Respirez, nous vous protégeons !

FreciousPlus - Le filtre d'habitacle biofonctionnel qui bloque les allergènes, les moisissures et les particules fines.

Une protection optimale avec FreciousPlus !



- 1 Une couche filtrante renforcée
Bloque les pollens, les suies diesel et les particules fines (PM 2.5)
- 2 Une couche de charbon actif de haute qualité
Élimine les odeurs et les gaz nocifs
- 3 Une couche biofonctionnelle
Bloque la prolifération des allergènes, des bactéries et des moisissures



MANN-FILTER - Perfect parts. Perfect service.
www.mann-filter.com

CONVERGENCE DES MARCHÉS

ONE
AFTERMARKET
FORUM

2^e ÉDITION

Rendez-vous les 19-20 avril 2023
dans un lieu d'exception.

Domaine de Rebetz
60240 Chaumont-en-Vexin

Découvrez le lieu et toutes les informations ici



Renseignez-vous
en scannant
le QR Code



Partenaire GOLD



Avec



Participez à 2 jours d'échanges et de réflexions avec 120 décideurs et investisseurs dans une ambiance « club »

Programme

Mercredi 19 avril

12:00	Accueil & déjeuner buffet
14:00	Introduction
14:30	Table ronde N°1 Comment adapter son offre d'entretien-réparation à chaque véhicule
15:30	Table ronde N°2 Comment les groupes VN intègrent des acteurs de l'IAM en préservant les identités
16:30	Pause / Networking
17:00	Table ronde N°3 Comment recruter les acteurs du changement
18:00	Conclusion première journée
19:00	Cocktail
20:30	Dîner

Jeudi 20 avril

09:00	Introduction
09:30	Table ronde N°4 Comment la digitalisation accélère les convergences
10:30	Table ronde N°5 Comment flottes & apporteurs d'affaires gèrent des parcs de plus en plus complexes
11:30	Pause / Networking
12:00	Table ronde N°6 Comment converger vers un aftermarket « zéro Carbone »
13:00	Conclusion
13:15	Déjeuner buffet

En partenariat avec
Roland
Berger

Avec des intervenants de premier plan comme :



Thibault Fabre-Aubrespy
Chef du Service
Performance commerciale /
PRA et Marketing service BMW
Participe à la table ronde N°1



Paul-Henri Dubreuil
Président Groupe Dubreuil
Participe à la table ronde N°2



Vincent Gorce
Directeur Général
Emil Frey Motors France
Participe à la table ronde N°2



Franck Millet
Directeur Général Autodoc
Participe à la table ronde N°4



Christophe Rollet
Directeur Général Point S
Participe à la table ronde N°5



Julien Dubois
Président France Auto Reman
Participe à la table ronde N°6

LKQ

MOBILIAN
Les entrepreneurs
de la mobilité

P H E
— PARTS WELDING GROUPS —

PPG

Valeo

UN ÉVÈNEMENT ORGANISÉ PAR
zePROS



BUSINESS

Sourcing véhicules 32

Pneumatiques 34

Vite!

VENTES À PROS

Les pros ont glissé en février



Les professionnels du VO ont perdu 9,4 % en février dernier, avec 146 700 unités écoulées selon AAA Data. C'est toujours la souffrance pour les moins de 6 mois (- 20 % pour 6 518 unités écoulées) et les 6 mois à 1 an (- 26,6 %, à 8 772 unités). Leurs ventes sont en revanche en hausse sur les VO de 2 à 4 ans (34 677 transactions). Le Diesel chute toujours (- 14 %) mais ne rompt pas avec 68 375 unités remises à la route (- 6,1 % pour les véhicules Essence avec 60 804 unités).

BATTERIES ÉLECTRIQUES Starterre certifié par Moba

Le groupe lyonnais s'appuie désormais sur la start-up française pour analyser l'état de santé des batteries des véhicules électriques de son parc VO, avant la revente à pros ou à particuliers. Les boîtiers d'analyse développés par Moba seront disponibles sur les sites de Lyon et de Chambéry de Starterre. Mission : évaluer la perte de capacité de la batterie, donc son autonomie réelle.



GARANTIE

F2G séduit le marché

«Garantie F2G apporte une alternative qui compense les carences des garanties VO existantes. Mieux, elle peut être rémunératrice!», expliquait Henri de la Roncière en 2021. Le fondateur du concept, toujours agent Volkswagen en Loire-Atlantique et écoulant 100 VO par an, espérait alors une levée de fonds comme rampe de lancement pour s'étendre sur le territoire. C'est chose faite avec l'entrée au capital de Marlens Investissement et la Compagnie Alain Guenant, deux partenaires financiers valorisant F2G à 2,8 M€. Garantie F2G a été fondée sur un simple constat : 50 % des réparateurs préfèrent s'appuyer sur des garantis

comme Opteven ou Cirano pour assumer la garantie commerciale et 50 % assument le risque sur leur propre trésorerie.

Alternative à la gestion du risque

Henri de la Roncière propose de supporter cette gestion pour le compte du réparateur sur des VO âgés de 2 à 15 ans, avec une économie à la clé de 60 %. L'adhésion est de 300€ HT pour six mois de garantie ou 500€ HT pour douze mois avec un engagement sur le volume de VO vendus. S'ajoute un ERP développé par F2G à 40€ par mois pour le suivi. 50 % du montant de l'adhésion seront restitués au réparateur en



De g. à dr. : Xavier Guenant (Compagnie Alain Guenant), Jean-Claude Lafrasse (Marlens) et Henri de la Roncière, fondateur de Garantie F2G.

fin d'année si aucune panne n'est intervenue. À présent, le concept va s'étendre en national à la recherche de nouveaux adhérents (agents, MRA, négociants)

et proposer d'autres services comme la gestion des garanties pour les véhicules utilitaires d'occasion. ●

m.blancheton@zepros.fr

PLATEFORME

autobizTrade pousse le sourcing direct entre marchands

Après deux ans d'expérience terrain, la plateforme de vente d'occasions entre marchands annonce 200 points de vente et groupes utilisateurs pour leurs couvertures et ventes directes BtoB ainsi que 15 000 véhicules écoulés sur 2022. Son but ? Redonner du pouvoir et des marges aux distributeurs via un site web alliant intelligence artificielle (IA) et technologie. Désormais, acheteurs et vendeurs bénéficient des mêmes options avec des lots proposés sous plusieurs formats (enchère, achat immédiat, soumission, prix de réserve...). La solution a été testée au préalable auprès d'EasyReprise,

la filiale d'autobiz spécialisée dans le rachat cash en France, et a séduit quelque 80 profes-

sionnels actifs sur autobizTrade. «Nous avons optimisé nos marges sur des VO de 48 à 120 mois et



autobizTrade a officiellement été lancé en septembre 2021 en France et s'est étendu en Espagne, Italie et Portugal

de 70 000 à 150 000 km, tout en restant très attractifs pour nos acheteurs. Ces derniers gardent en moyenne une marge brute de 2 900€ par VO*. Un équilibre important étant donné la croissance actuelle de nos volumes, avec plus de 400 VO présentés chaque mois, contre 150 début 2022», explique ainsi Cédric di Luca, le directeur général d'EasyReprise. Sachant qu'aucun intermédiaire ne prend de commission, la marge est maximisée et partagée entre acheteur et vendeur. Un argument porteur pour séduire les plus réticents. ●

M. B.

* Marge brute = prix de vente - prix d'achat - TVA sur marge.

ze AWARDS

PNEU & INNOVATION

NOUVEAU!

Les Ze Awards récompensent
**les femmes et les hommes qui
entreprennent :**

Pourquoi pas vous ?

8 CATÉGORIES EN COMPÉTITION :

- Prix de l'Innovation technologique
- Prix de l'Entrepreneur BtoB
- Prix de l'Entrepreneur BtoC
- Prix de l'Entrepreneur Transport/ Agricole/ Industrie
- Prix de l'Innovation Matériel/ Equipement/ Digitalisation
- Prix de l'Initiative RSE
- Prix de l'Initiative Recrutement Formation
- Prix de la Personnalité de l'année

RENDEZ-VOUS :

**Le 05 juin
2023 à Paris**

*pour une remise
de prix exceptionnelle !*



Inscrivez-vous gratuitement en scannant le QR CODE ou
contactez-nous à l'adresse contact-auto@zepros.fr

EN COLLABORATION AVEC



EN PARTENARIAT AVEC



UN ÉVÈNEMENT ORGANISÉ PAR



BILAN

Le pneu voit rouge

2022, année de paradoxes, observe le Syndicat du Pneu, marquée par des évolutions inédites : le marché est négatif et les prix flambent, Budget et 4S redessinent le paysage... et les pneumaticiens tiennent toujours la corde envers et contre tous, même face aux ventes en ligne, incorporées désormais dans le panel du Syndicat. Le rebond post-crise sanitaire n'aura duré qu'un an ! Hors Budget et pneus Toutes Saisons, la tendance a viré au rouge pour tout le monde en 2022 avec des chutes de volume pour les manufacturiers, qui ont vendu

moins d'enveloppes vers la distribution avec un sell-in à - 6,1% en TC4. Sur les ventes aux clients finaux (sell-out incluant centres autos, pneumaticiens et ventes en ligne), le rouge est également de mise avec - 5,6% toujours en TC4. Au total, le marché sell-in a écoulé 31,625 millions d'unités. «Le marché subit des creux que nous n'observions pas avant», note Régis Audugé. Le DG du Syndicat du Pneu résume la situation : le Premium (marques A) s'érode avec désormais 54% de pdm (en recul constant depuis 2015), au profit du Budget qui s'ancre durablement avec une

31,6
millions de pneus écoulés en sell-in en 2022.

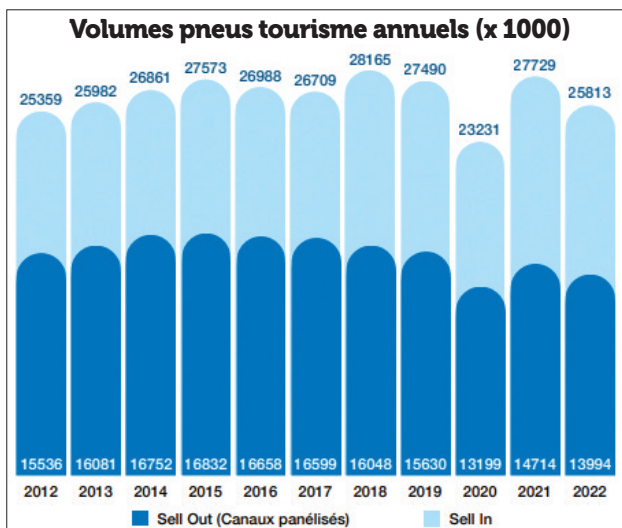


hausse de 16%, justifiée par une année inflationniste et des clients moins attentifs sur la qualité des pneus montés sur leur véhicule. Problème, ni les deuxièmes lignes des manufacturiers (marque B) ni les Tradebrand (MDD) ne s'imposent. En clair, la tranche du milieu rapetisse, grignotée par des Budget à bas prix, issus surtout du Sud-Est asiatique.

13,3% en moyenne. En 4x4, l'écart se creuse avec le Tourisme avec un différentiel de 60% ! En passant d'un véhicule de tourisme à un SUV, le client paie cash cette différence, à son grand dam ! Enfin, dans le mix de vente, les pneumaticiens réalisent la meilleure progression depuis dix ans avec 2 Md€ de CA sur le TC4 et l'industrie... ce dernier point restant leur domaine réservé (à hauteur de 940 M€ dans le CA global). Les centres autos réalisent quant à eux 828 M€ et les ventes en ligne cumulent à 634 M€. «Le chiffre d'affaires est toujours le juge de paix ! La progression des pneumaticiens sur la vente

exclusive de pneumatiques (hors prestations) est particulièrement visible, malgré le contexte. Ce sont eux qui tirent le mieux leur épingle du jeu, sans comptabiliser l'agriculture et le génie civil. La vente en ligne talonne les centres autos, et c'est loin d'être anodin», relève Régis Audugé. Reste à voir comment se comportera le marché en sell-in et sell-out en 2023, dans un contexte d'inflation aiguë déjà amorcée en 2022, avec des coûts énergétiques difficiles à juguler, tant en amont chez des industriels qu'en aval chez des distributeurs dont les factures ont été multipliées par cinq.

m.blancheton@zepros.fr



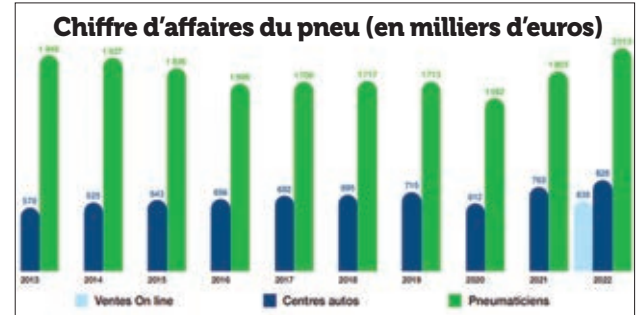
- Le pneu Tourisme est en baisse de 4,9% avec 14 millions écoulés en 2022 en sell-out, la deuxième plus mauvaise année depuis dix ans avec 2020. Les volumes représentent 92% des ventes dans les centres autos, 77% chez les pneumaticiens et 84,7% des ventes en ligne.
- Les ventes de pneumatiques 4x4 ou SUV ont subi un coup d'arrêt brutal (- 12,4%) dû en grande partie aux hausses de prix.
- La demande est forte sur les VUL avec 3,1 millions de pneus en 2022, deuxième meilleur résultat sur dix ans.

Le 4S tire le marché

Par saison, le 4S arrive à 27% de pénétration. Un succès marketing total souligné par le Syndicat, avec pour effet de modifier les comportements d'achat des consommateurs, plus enclins à acheter du Toutes Saisons que du pneu Été. Le pneumatique Hiver sert quant à lui des usagers géolocalisés dans les zones froides du territoire. «Bien que le 4S n'ait pas totalement cannibalisé le pneu Hiver, nous sommes quasiment sur un marché de niche ou presque, avec une population ciblée, habituée à faire la permutation tous les ans, quelles que soient les conditions climatiques.»

Les manufacturiers s'en sortent le mieux

Si les volumes ont baissé, les prix ont pour leur part flambé de



- Logiquement, la hausse des prix a provoqué celle du CA malgré la baisse des volumes. Les pneumaticiens se sont repositionnés sur des marchés moins bataillés et plus rentables dépassant les 2 Md€ sur les ventes de TC4 et PL.
- Le canal des centres autos a généré un CA pneu de 828 M€.
- Le CA des ventes de pneus en ligne atteint 634 M€.

PLATIN RP 100 ALLSEASON

Polyvalence et Sécurité

Marque allemande de jantes et de pneumatiques.

PLATIN
*** TYRES

Gamme TC4 complète :

Tourisme et VUL
200 dimensions
du 13" au 19"

Devenez revendeur PLATIN

Téléphone : 01.44.78.10.00 | info-erol@pneu.com | www.erol.fr

STRATÉGIE

F. Pabion: « Ideal Pneu en conquête nationale »

L'enseigne spécialisée dans le pneumatique et la liaison au sol est prête à sortir de ses terres historiques ancrées en région Rhône-Alpes avec l'appui logistique de partenaires distributeurs. Au cœur de l'opération séduction de Franck Pabion, le fondateur: un concept inédit de magasins, un accompagnement total du franchisé avec d'alléchantes conditions financières. Depuis 2006, le recrutement de candidats à la franchise Ideal Pneu repose sur la recherche de patrons plus commerçants que techniciens, prêts à investir dans la création pure de nouveaux centres*. Ainsi sont apparus en région Rhône-Alpes les quatorze magasins Ideal Pneu, dont celui de Tignieu-Jamezieu, en Isère, le siège de l'enseigne, poussés par Franck Pabion, passé par le distributeur lyonnais SLPA. Mais profitant de la mise en place de son nouveau concept baptisé « Vivez l'expérience » (cf. encadré), le patron part en conquête de nouveaux territoires.

Une plateforme où se côtoient 60 000 pneus

Le dirigeant va s'appuyer sur le maillage et la logistique de ses partenaires grossistes (Distri Cash et Dipropneu entre autres) pour voir plus loin. Objectif: ne plus dire non à d'éventuels candidats qui seraient hors de

sa zone habituelle, faire pousser le modèle dans d'autres terreaux et développer aussi le business PR (freinage, liaison au sol, batterie...). Ses atouts: une franchise très « accompagnante ». Ainsi vient en appui la plateforme de 60 000 pneus (2 M€ en valeur, alimentée en TC4 par cinq fournisseurs, 8 M€ de CA), avec livraison en J+1 et/ou en direct deux fois par semaine via un transporteur dédié. « Cette plateforme joue le rôle de grande réserve afin qu'ils ne subissent jamais de rupture. Nous leur constituons aussi leur stock minimum au sein de leurs agences, en pneus comme en pièces, en travaillant la largeur de gamme. »

Accompagnement total du franchisé

Le centre de formation, certifié Qualiopi, accueille également les patrons dès leur entrée dans le réseau avec trois mois com-

« Nous aidons nos franchisés à rééquilibrer leurs ventes et donc leurs marges », indique Franck Pabion.



plets pour approfondir leurs connaissances sur le pneumatique (fabrication...), la gestion de l'atelier, la comptabilité, les ressources humaines... avant de revenir pour de la formation continue. Des statistiques sur une dizaine de ratios leur sont également délivrées tous les quinze jours (marques de pneus,

géométrie, freinage...), soulignées par un code couleur (vert, orange et rouge). Ils apprennent ainsi à établir un devis guidé comprenant systématiquement quatre marques, du plus haut de gamme (Michelin) jusqu'à l'entrée de gamme avec l'appui des partenaires Distri Cash et Dipropneu. L'enseigne annonce un CA global de 20 M€ – dont 12 M€ pour les magasins – et 55 % de rentabilité pour un CA réalisé à 80 % sur le pneumatique et une clientèle à 85 % BtoC. Les 15 % restants sont issus d'accords-cadres pour travailler les flottes (dont un deal avec Vulco/ Goodyear). ●

M. B.

* Apport jusqu'à 80 000 €, investissement global de 240 000 € pour un centre de 500 m² (4 ponts), stock de 50 000 €, budget communication de 30 000 €, soit 2 500 € par mois. La redevance s'élève à 3 %.

Un parcours client démarquant

- Espace d'accueil épuré, centré sur le pneumatique, avec une fresque qui revient sur l'histoire du pneumatique (évolution, production, notation, loi Montagne, écologie...)
- Des écrans dynamiques (fabrication du pneu, sponsoring avec l'Olympique Lyonnais... ou personnalisé au nom du client).



- Une radio propre à l'enseigne diffusant des messages et de la musique.
- Une ambiance olfactive (mélange d'orange, lavande...), créée spécialement pour l'enseigne pour effacer l'odeur du pneu.
- Un partenariat avec Haribo.

ÉLECTRIFICATION

Les pros toujours en transition

Avec moins de 1 % du parc roulant en France (1,1 million de véhicules électriques + hybrides rechargeables en janvier 2023 d'après l'Avere), on parle encore d'un marché de niche sur un parc estimé à 41,2 millions de VP. Mais dans l'attente de la vague, les pros préfèrent anticiper. Les constructeurs focalisent sur la résistance au roulement, les grossistes libèrent de la place dans leurs stocks et le retail peaufine

ses argumentaires de vente. Verbatims*:

« La résistance au roulement est occultée par le client final qui recherche trois choses: l'autonomie, le confort sonore et la sécurité, d'où de forts enjeux sur le développement du 4S. Les garages ont un boulevard devant eux pour expliquer au client quel pneu mettre sur leur véhicule électrique. Cette évolution de marché est un bénéfice pour tout le monde car c'est une montée en compétences pour les pros. » (Nicolas

Lescastreyres, directeur marketing Europe d'Apollo Tyres)

« Qu'ils soient en Chine ou en Allemagne, les manufacturiers sont orientés selon leur parc, qui ne correspond pas forcément au parc français. La France veut du kilométrage, pas du grip! Nous stockons déjà le pneu pour la Dacia Spring avec un manufacturier très sensibilisé. Nous avons une gamme en préparation pour cet été. Une autre est en phase de test et arrivera en deux ans. » (Julien Coupechoux, chef de

produits Dipropneu).

« La multiplication des références est un enjeu. Nous travaillons la profondeur de gamme pour couvrir le marché, plus que la largeur. Nous construisons des gammes nationales et locales. Sur le VE, nous avons une gamme spéciale pour répondre aux besoins des ateliers qui ont un parc d'électriques dans leur zone. » (Coralie Mercier, responsable du pôle Pneumatique chez Norauto). ●

M. B.

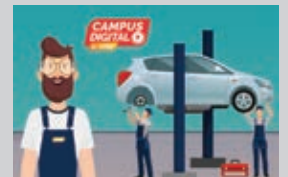
* Table ronde du Journal du Pneumatique.

Vite!

DIGITAL

07ZR en mode campus

Objectif visibilité et e-réputation pour les pros de l'auto – et en particulier les réparateurs – avec l'outil baptisé Campus Digital, lancé par la place de marché. Au menu: de courtes vidéos sur la création et la gestion de sa fiche Google My Business ou sa page Facebook Entreprise pour animer sa communauté, ou la création de contenus attractifs à l'attention des clients et prospects (photos, vidéos, recommandations...).



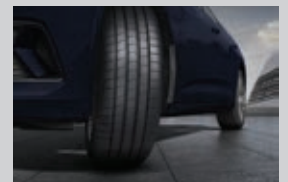
LOCATION PNEU HIVER

Ideal Pneu toujours pionnier

Depuis 2016, l'enseigne est la seule à proposer la location de pneus Hiver pour équiper les véhicules qui partent en montagne sans équipement ad hoc (dix jours ou quatre mois selon les besoins et paiement en quatre fois pour 500 € en moyenne). Un succès rapide voire inattendu, d'autant que le stockage demande beaucoup de souplesse. Le concept devrait donc encore mûrir bientôt, promet son patron Franck Pabion.

FLOTTES

Goodyear dans la FOS



Pour séduire les loueurs en courte et longue durée et les responsables de flotte, le manufacturier met en avant l'outil FOS CAR (FleetOnlineSolutions voiture). Une solution de pilotage pour suivre le poste pneumatique, les prestations de service associées et l'entretien courant des véhicules (plaquettes de frein, vidange...). Objectif: la réduction des tâches administratives et l'optimisation des coûts avec des reportings et analyses de l'entretien courant et de la consommation des pneumatiques.



Rejoignez une équipe de professionnels !

✓ **Dynamisme commercial**
opco, programme de fidélité...

✓ **e-visibilité / e-notoriété**
site internet & appli mobile

✓ **Supports digitaux**
waze, leboncoin, facebook...

✓ **Catalogue électronique**
pièces, tarifs, temps barémés

✓ **Solutions sur-mesure**
kit enseigne & PLV
véhicules de courtoisie,
solutions de paiements clients,
service marketing dédié...

www.proximeca.fr

proximeca



FLOTTES **Vulco - 4 Fleet enrichit sa palette de services**

L'enseigne du manufacturier Goodyear a annoncé le déploiement de deux nouveaux services : l'atelier déporté pour intervenir sur site et une appli baptisée VulcoChek surveillant le parc de pneus. **P. 38**



COMMUNICATION **Un indispensable temps d'échanges**

Workshops, soirées entre adhérents... en marge de l'incontournable plénière, les discussions entre adhérents ou avec les fournisseurs participent à l'enrichissement de chacun. **P. 43**

zePROS

après vente

réseaux

CONVENTIONS RÉSEAUX

Fixer le cap

Grandes lignes stratégiques, cohésion de groupe : ces grand-messes sont des moments indispensables pour les réseaux.

P. 42

Vite!

FAST-FITTERS

Speedy investit les parkings



L'opérateur de stationnement Saemes étoffe ses services en faisant appel à Speedy pour l'entretien-réparation des véhicules de ses clients. En cours de lancement, ce service est déployé dans le parking Saemes Bac-Montalembert, à Paris. Le client du parking prend rendez-vous, puis laisse son véhicule sur l'espace alloué à l'enseigne dans le parking afin qu'un technicien procède ensuite à l'intervention sur site.

INCENTIVE

NexusAuto : jeu concours et challenge répétés



Le réseau annonce reconduire cette année deux opérations initiées en 2022 : « Mon garage me fait gagner une voiture neuve » ainsi qu'un challenge interne venant récompenser les adhérents pour leurs actions en communication, et notamment digitale. Claire Vivenot, une sage-femme de Verdun, avait remporté une Renault Twingo tandis que le garage MVO de Machecoul (44) avait gagné un voyage d'une valeur de 1500€.

RECRUTEMENT

ECS renforce son maillage

Avec une moyenne de 10 adhérents supplémentaires par mois en 2022 (en données brutes), Eurorepar Car Service (ECS) a clôt l'année avec 1405 membres, se plaçant parmi les tout premiers réseaux d'entretien mécanique multimarque en France. Et la dynamique se poursuit sur les premiers mois 2023 : sur janvier et février, ECS a accueilli 36 adhérents supplémentaires.

PNEUMATICIENS

Point S : ambitions... et diversifications

Bilan 2022 positif pour l'enseigne qui comptait dans l'Hexagone 640 points de vente en début d'année (44 centres supplémentaires en 2022) pour un CA de 600 M€.

L'enseigne vise pour cet exercice 2023 le cap des 700 centres. À l'international, Point S continue également son expansion : présent dans 50 pays, le réseau rassemble 5965 centres et ambitionne d'atteindre 6000 points de vente cette année.

Nouveaux concepts

En France, Point S «pousse» ses différents concepts. Celui dédié à l'écomobilité (vente et entretien



Point S accélère aussi, via son centre de formation, sur les habilitations VE des opérateurs après son accord avec le constructeur Seres.

de deux-roues électriques) se déploie progressivement : il compte aujourd'hui 18 points de service. Point S souhaite parvenir à une centaine de points de vente dès la fin de l'année avec à l'étude la location en courte durée.

En parallèle, le réseau entend également développer son concept de vente de véhicules (VN/VO). S'il ne compte à date que 12 centres proposant ce service, il souhaite accélérer cette année et atteindre là encore la

barre symbolique des 100 points de vente en fin d'année.

Approche VI

La nouveauté vient du lancement de Point S Glass Industriel. Le réseau prend pied sur le marché des VI avec un concept dédié car «on estime que 15% du parc souffre d'impact ou de fissure. Or les transporteurs sont rarement assurés bris de glace, et donc en recherche de solution», déclare Lionel Haberlé, directeur marketing et stratégie d'enseigne. Point S ambitionne de déployer le service S Glass Industriel dans 28 centres VI sur 2023. ●

j.morvan@zepros.fr

FLOTTES

Vulco – 4 Fleet enrichit sa palette de services



Préalablement testé avec des sites pilotes, l'atelier déporté autorise une véritable industrialisation de l'entretien de la flotte sur site.

L'entité du réseau dédié aux flottes, Vulco – 4 Fleet, a annoncé le déploiement national en 2023 de nouveaux services sur le salon Flotauto, du 9 au 11 mars à la Grande Halle de la Villette à Paris.

Le premier est un concept d'intervention sur site pour le remplacement de pneus et/ou l'entretien courant des véhicules. Le service s'appuie sur un atelier mobile (breveté) qui se déploie sur le parking du client. Objectif : industrialiser l'entretien courant ou le remplacement des pneus. «Nous avons identifié des zones à fort potentiel, par exemple pour

le remplacement des pneus Eté/Hiver dans les zones blanches», indique Bruno de la Tourrasse, directeur grands comptes et activité industrielle. L'autre service est VulcoCheck, une appli grâce à laquelle le conducteur renseigne la plaque d'immatriculation du véhicule, son kilométrage, prend deux photos de chaque enveloppe (bande de roulement et flanc) et un diagnostic s'établit immédiatement pour une éventuelle intervention sur les pneus. Le gestionnaire de parc dispose ainsi d'une vue d'ensemble de l'état des pneus de la flotte. ●

J. M.

CONTRÔLE TECHNIQUE

SGS partenaire de la Renault Refactory

Le nouveau centre de contrôle technique (CT) SGS, inauguré à Flins-sur Seine (78), se situe à quelques encablures de la Refactory de Renault Group, le site industriel de reconditionnement des VO du constructeur. Dans le cadre d'un partenariat, le centre devient ainsi l'interlocuteur privilégié de Flins pour la réalisation de CT des véhicules de plus de 3,5 ans avant leur remise sur le marché. «Le centre de Flins prévoit d'effec-

tuer 2000 contrôles sur la première année. Mais en accompagnant la montée en puissance du site de reconditionnement VO, le centre pourrait absorber quelque 6000 contrôles par an à terme», déclare Rodolphe Benchétrit, directeur des centres de contrôle technique du groupe SGS. À noter : dès sa conception, le centre de 350 m² a été pensé pour être autonome en matière de consommation d'énergie. ●

J. M.



«SGS a décidé d'internaliser la formation et de la déployer en régions, avec désormais quatre centres dédiés», annonce R. Benchétrit.

METIERS

DISTRIBUTEURS PR

zePROS

auto.zepros.fr

TOP 100 DES DISTRIBUTEURS PIÈCES DE RECHANGE

- RETROUVEZ LE CLASSEMENT DES 100 PREMIERS ACTEURS DU MARCHÉ PIÈCES DE RECHANGE
- LE TOP 30 DES DISTRIBUTEURS PEINTURE CARROSSERIE
- SUIVEZ LES ÉVOLUTIONS DU COMMERCE DE GROS AUTOMOBILE ET LES PERFORMANCES ÉCONOMIQUES DES ENTREPRISES LES PLUS DYNAMIQUES DU SECTEUR

PROCHAINE
ÉDITION
**JUILLET
2023**



zePROS

Vous voulez recevoir et/ou communiquer dans ce numéro ?
Contactez Benjamin : b.huetezepros.fr / 07 61 44 60 52

Pour lire le dernier numéro :





35690 ACIGNÉ
CARROSSERIE BR
BROUDY René

14600 LA RIVIÈRE-SAINT-SAUVEUR
CARROSSERIE ALLEAUME
ALLEAUME Sébastien



44410 ASSÉRAÇ
GARAGE SIET JORDAN
SIET Jordan

44700 ORVAULT
AUTO CASH 44
KABBESH Nasr



50000 SAINT-LÔ
GARAGE DE LA MADELEINE
MARIE Pascal

50110 DIGOSVILLE
LE GARAGYSTE SAVARY
SAVARY Yannick

29800 LANDERNEAU
GARAGE LE GALL
LE GALL Antoine



61101 FLERS
POINT S INDUSTRIEL
LENFANT François



44540 SAINT-MARS-LA-JAILLE
GARAGE MORVAN
MORVAN Erwan



61430 ATHIS-VAL-DE-ROUVRE
MOREL-AUTO
MOREL Benoît

72800 LUCHÉ-PRINGÉ
GARAGE TESSIER
HARDY Tristan

85600 MONTAIGU
FULL CARS
RABIL Médhi



80170 ROSIÈRES-EN-SANTERRE
GARAGE GAMAND
GAMAND Gérard

02800 CHARMES
MC AUTOMOBILE
MEREL Christophe



59380 SOCX
DEBRUYNE COLART
COLART Claude

77600 CONCHES-SUR-GONDOIRE
GONDOIRE AUTOMOBILE
DJURIC Daniel



77310 BOISSISE-LE-ROI
JH AUTO
TELIOUINE Jaber

77140 NEMOURS
GPN GARAGE ROYAL
GEHIN Pascal



93400 SAINT-OUEN
L'ATELIER YZZI
SOUISSI Hamza



59710 AVELIN
POINT S CITY
ROGER Arnaud

59223 RONCQ
POINT S CITY
ROGER Arnaud

77240 CESSON
POINT S GLASS
DE ALMEIDA Manuel

95640 MARINES
POINT S ENTRETIEN AUTO



59113 BRUILLE-LEZ-MARCHIENNES
GARAGE MLS AUTO DISCOUNT



94460 VALENTON
GARAGE TURQUOISE
TEKIN Himmet

77173 CHEVRY-COSSIGNY
MECANO CITY
KARAKULAH Mustafa



47240 CASTELCULIER
CLINIC AUTO
ANCOUSTURE Gaëlle



40630 SABRES
GARAGE GEORGEL
GEORGEL Téo

64700 BIRIATOU
IPARMEKA
GALDOS CALVO Imanol

65150 SAINT-LAURENT-DE-NESTE
DURRIEU JEAN MICHEL
DURRIEU Jean-Michel



81800 COUFFOULEUX
GUIRAUD MECA SERVICES AUTO
GUIRAUD Anthony

32110 NOGARO
MECA AUTO CORRADI
CORRADI Patrick

31460 VENDINE
GARAGE PATRICE ARTIGALAS
ARTIGALAS Patrice

32110 NOGARO
GARAGE DU MIDOUR
DUFFOUR Frédéric



64140 LONS
LS AUTO
MARTINS Regis



40300 ORTHEVIELLE
GARAGE DE L'ADOUR
LAFON Olivier

65270 SAINT-PÉ-DE-BIGORRE
MN AUTO
MARTIN Nicolas



32500 FLEURANCE
POINT S INDUSTRIEL
SCORDIA Gaël



24130 PRIGONRIEUX
CLEMENT AUTO 24
ZANETTE Clément



87100 LIMOGES
COMPTE TOUR AUTO
DELAGÉ Jérôme

23210 MARSAC
GARAGE LEBON ET SIMOES
LEBON Jérémie / SIMOES Fernando



42320 LA GRAND-CROIX
ZR CAR
ZENOU Raphaël

38150 SALAISE-SUR-SANNE
GARAGES DES CITÉS
SEIXAS Carlos

69140 RILLIEUX-LA-PAPE
TDS AUTO SERVICE
TISSERAND DE SOUSA Adrien

01230 TENAY
SJB Auto
BUISSON Sébastien

74910 CHALLONGES
GSI AUTOMECA
PASTOR Jessee

26200 MONTÉLIMAR
LS AUTO PRESTIGE
LAMRINI Samir



38210 TULLINS
MLA AUTO 2
LACROIX Mathieu

38390 PORCIEU-AMBLAGNEU
SARL GARAGE LA CRÈCHE
BRUNIER Jean-Paul

38530 LA BUSSIERRE
DI MARINO PONTCHARRA
DI MARINO Pina

74330 SILLINGY
GARAGE KLAMP'S
MIGUET André



38260 FARAMANS
NC AUTO SPORT
SCHOUVER Pierre



69220 CORCELLES-EN-BEAUJOLAIS
GFSA
SERTGOZ Faruk

69570 DARDILLY
GARAGE DU VALLON
GALVAO Jérôme

74150 MARIGNY-SAINT-MARCEL
FAVRE DAMIEN
FAVRE Damien

74440 MIEUSSY
DUMOULIN
DUMOULIN Gérard



66210 LA CABANASSE
L'ATELIER DU COL DE LA PERCHE
PELEGRINA-MAILLOLS François

30200 BAGNOLS-SUR-CÈZE
GARAGE FAB SERVICES
BEGARD Cédric

66750 SAINT-CYPRIEN
ABC PASSION AUTO
CARIO Alexandre

66280 SALEILLES
GARAGE MÉDITERRANÉEN
AIELLO Jean-Luc



04700 ORAISON
GARAGE AF AUTO



34110 FRONTIGNAN
POINT S ENTRETIEN
ET VENTE AUTO
SCHOELCHER Franck

69400 ARNAS
POINT S ENTRETIEN AUTO
MORELET Valentin



30600 VAUVERT
GARAGE CASTANIER
CASTANIER Cédric



74100 VILLE-LA-GRAND
ANNEMASSE PNEUS VLG
SOREAU Benoît

38300 MEYRIÉ
METAL CARS GRD
LOISY Dominique



67210 OBERNAI
FA AUTO REP
DAFONSECA Felipe

10190 DIERREY-SAINT-PIERRE
MJ AUTO
HUBAILLE Maxence

10240 DAMPIERRE
Dampierre Autos
BIROST Stéphane

71000 MÂCON
PNEUS USLU
USLU Ayhan

21200 RUFFEY-LES-BEAUNE
CLASSIC GARAGE
REY Daniel

71360 ÉPINAC
GARAGE BUIRET
LEROY Emmanuel



55110 DOULCON
SARL STRBA ANDRÉ
STRBA André



74130 CONTAMINE-SUR-ARVE
GARAGE DE LA TUILLIÈRE
MOSSUZ Denis

67390 ELSENHEIM
GARAGE MC DESIGN
MEYER Cédric



67480 ROPPENHEIM
POINT S CITY
DUTREUX Emmanuel
& KENNEL Michel



68250 GUNDOLSHEIM
GARAGE GUS
BOSSAVIT Guillaume

71000 VARENNES-LÈS-MÂCON
GARAGE DU SUD
BOURALY Jean-Philippe



ze AWARDS

AUTOMOBILE

Les Ze Awards récompensent les entrepreneurs et leurs initiatives : **Pourquoi pas vous ?**

7 CATÉGORIES EN COMPÉTITION :

- Prix du Mécanicien Réparateur Réseaux
- Prix du Mécanicien Réparateur Indépendant
- Prix de la Logistique
- Prix du Distributeur - de 15M€ DE CA
- Prix du Distributeur + 15M€ DE CA
- Prix du Jury
- Prix de l'Innovation RSE, formation, initiative digitale...

RENDEZ-VOUS :

**Le 12 septembre
2023 à Paris**

*pour une remise
de prix exceptionnelle !*



Déposez votre dossier gratuitement en scannant le **QR CODE** ou
contactez-nous à l'adresse **contact-auto@zepros.fr**

EN PARTENARIAT AVEC



UN ÉVÈNEMENT
ORGANISÉ PAR

zePROS



1 Depuis plusieurs éditions, les congrès Autodistribution se muent en véritables shows rassemblant des milliers de participants. Le prochain, à Marrakech, attend 4000 personnes...

2 L'an dernier, Eurorepar Car Service a fait le choix d'organiser sa convention réseau sous la forme d'un forum. Objectif : privilégier les échanges !

3 En marge des temps professionnels, les conventions se doivent de ménager des moments conviviaux pour renforcer la cohésion du groupe.

1

FOCUS CONVENTIONS RÉSEAUX

Fixer le cap à suivre

Une convention apparaît comme une respiration essentielle, pour tracer la voie, présenter les nouveaux services et les tendances marché, organiser un salon fournisseurs... Et les échanges entre adhérents participent à renforcer la cohésion.

Après deux ans de pandémie, les conventions ont pu reprendre pour les enseignes d'entretien-réparation ! Elles s'avèrent indispensables car jouant le rôle de courroie de transmission pour tous messages à adresser aux adhérents ; une respiration capitale dans le temps d'un réseau. Témoin : le prochain congrès des réseaux Autodistribution, à Marrakech en mai prochain, devrait réunir 4 000 personnes. « Une petite ville Autodistribution – qui plus est hors d'Europe – ; ce sera forcément un moment fort pour le réseau », déclare Fabien Guimard, directeur des réseaux VL du groupement. Son cousin chez PHE, Doyen, va quant à lui tenir sa première convention internationale en septembre prochain, en Sardaigne, où se réuniront les adhérents API,

1,2,3 AutoService et AD Garage de Belgique, France, Pays-Bas et Luxembourg. « Ce secteur a besoin de sa dimension humaine, d'échanges. Pour preuve : la réussite des salons en 2022 après deux ans de crise sanitaire », justifie Frédéric Decroix, directeur marketing groupe de Doyen.

Une convention, pourquoi ? Bilan, perspectives, nouveautés... C'est tout cela que doit couvrir la plénière. « Le but est d'emmener les adhérents dans une vision à moyen-long terme, leur expliquer les tendances du marché pour justifier le chemin que nous souhaitons prendre ensemble. Si l'on fait un bilan des derniers mois, on parle de l'avenir ! », insiste Jérôme Magloire, concept manager Bosch Car Service. « L'événement sert à donner un cap mais aussi une réassurance par rapport au fait que l'adhérent a choisi le bon panneau », ajoute Fabien

Guimard. Une convention, c'est d'ailleurs aussi une demande des réparateurs, « qui veulent savoir où ils vont, où les emmène leur enseigne », abonde Eddy Albert, directeur des réseaux mécanique VL Autodistribution. Car les têtes de réseau s'adressent à des chefs d'entreprise auxquels il faut apporter des réponses concrètes à des questions comme : que va valoir mon fonds de commerce d'ici 5-10 ans ? Dans quels matériels investir ? Quelles compétences, quels profils privilégier ? Des interrogations prégnantes sur le terrain de la réparation-collision, à l'heure où le diagnostic et l'électronique prennent une importance grandissante dans les interventions. Les réparateurs sont en demande... et parfois partie prenante : « Doyen est dans une démarche de coconstruction avec les adhérents, distributeurs API et réparateurs 1,2,3, AutoService, dans le cadre des

commissions et des tables rondes thématiques. Ils sont partie prenante des décisions prises par le réseau », indique Frédéric Decroix.

Réparateurs proactifs
Selon Florian Grimault, directeur marketing communication et digital France Eurorepar Car Service, la convention sert également de moment idéal pour « s'assurer que la stratégie et les services mis en place sont compris et acceptés, mais aussi écouter le réseau, ses remontées terrain, le valoriser ». C'est dans cet esprit d'ailleurs que la dernière réunion de famille de l'enseigne, sur Equip Auto en octobre dernier, a pris la forme d'un forum organisé sur l'immense stand DISTRIGO/ECS : « Nous avons voulu créer une rupture [N.D.L.R. : par rapport aux plénières traditionnelles] et privilégier au maximum les temps d'échanges », complète-t-il. ●

j.morvan@zepros.fr



2



3

FOCUS COMMUNICATION

Un indispensable temps d'échanges



Les conventions sont aussi un temps d'échanges indispensable avec les partenaires fournisseurs pour en apprendre plus des nouveaux produits, matériels ou services.

Au-delà d'un bilan de l'exercice passé ou des grandes lignes tracées pour l'avenir, les conventions sont aussi un moment d'échanges.

« Si le digital a permis de conserver le lien durant les périodes de confinement (webinaires, TV AD), le présentiel reste capital dans les relations entre la tête de réseau et ses adhérents. Cela doit nous rappeler une chose: la proximité – envers le client final comme envers l'adhérent – est une vertu cardinale de nos réseaux. À travers ces événements, ils ont besoin de nous sentir accessibles et de se sentir considérés », estime Eddy Albert.

Des workshops pour approfondir

C'est également tout le sens des salons (workshops) organisés en marge de la plénière. « Le workshop, c'est une prise de contact direct entre le réparateur et l'équipementier / le prestataire de services. Un plus indé-

niable quand, toute l'année sur le terrain, c'est le distributeur qui relaie l'information en local », explique Sandra Henric, responsable du réseau Technicar Services. Durant le salon, les adhérents peuvent s'arrêter sur les stands, prendre le temps d'échanger, en apprendre plus sur « l'histoire » que peut leur raconter l'équipementier ou le prestataire de services. À cette occasion, celui-ci peut plus facilement entrer dans le détail de son offre et mettre en avant la valeur ajoutée qu'il peut lui apporter. Tout ce que la force de vente n'a pas le temps de faire au quotidien. « Cet autre temps professionnel est lui aussi important pour les adhérents », insiste à cet égard Fabien Guimard. Car la finalité des salons n'est pas uniquement mercantile : « La tête de réseau est force de proposition: elle s'attache à mettre à disposition de ces entrepreneurs indépendants toutes les cartes pour pérenniser leur

affaire », rappelle Sandra Henric.

Entre pairs

La convention est aussi un temps de rencontre entre les membres du réseau. Un temps de convivialité. « Le contact, l'humain, c'est l'essence d'un réseau ! Les discussions sont multiples: entre les problèmes techniques rencontrés à l'atelier ou les problématiques de back-office (administratif, etc.), les échanges de bonnes pratiques... les discussions sont alors très pratico-pratiques ! D'une manière générale, la convention permet de réunir en un même lieu des pros d'horizons différents. C'est particulièrement enrichissant pour tous », déclare Jérôme Magloire (BCS). « C'est un événement fédérateur pour le réseau. Il participe à augmenter la cohésion de groupe. Ce temps d'échanges permet à chacun de se nourrir de l'expérience de l'autre », indique également Sandra Henric. ●

vire

“ Notre rôle dépasse la vente de la pièce; c'est de créer une communauté avec les adhérents et les fournisseurs. La tête de réseau, c'est un trait d'union. ”

Frédéric Decroix (Doyen)



Un grand tout

En marge de l'événement-phare que représente une convention, le lien entre membres d'un réseau est également matérialisé par une multitude d'événements, petits ou grands, durant toute l'année. E-mailings quasi quotidiennement adressés aux réparateurs, visites de la force de vente du distributeur et/ou de l'animateur réseau local, participation à des soirées régionales... « Les discussions sont ici plus opérationnelles et apparaissent justement comme un complément à la feuille de route plus générale dévoilée durant une convention réseau », analyse Jérôme Magloire (Bosch Car Service). Un « entre-soi régional » qui fait le parfait pendant à une plus grande et plus festive réunion de famille !



MÉTIERS

Réparateurs agréés	44
Réparateurs indépendants	46
Carrossiers	50
Distributeurs Équipementiers	52
Véhicules industriels	58

BOÎTE À OUTILS

O. Cavarec, Nissan: « Pour garder les clients, il faut bien les traiter! »

Avec un CA après-vente stabilisé à 64 M€ l'an passé, Nissan France consolide toujours les bases de son SAV. Au cœur de sa stratégie, l'ancrage progressif d'outils qui vont aider le réseau à retenir le client bien au-delà des cinq ans fatidiques. Pour Olivier Cavarec, le directeur après-vente Nissan France, l'ajout continu de briques va fortifier les fondations d'un SAV de plus en plus 3.0. Ainsi, des « hot alertes » sont envoyées aux 200 concessions dès qu'un client interrogé (30 % de l'ensemble des entrées en moyenne) montre son insatisfaction. Charge alors au distributeur concerné de prendre contact avec le client mécontent pour corriger la mauvaise note. « Pour garder les clients, il faut déjà bien les traiter! », estime-t-il. Un outil de géomarketing permettant de quadriller le périmètre de chaque concessionnaire avec le taux de

loyauté de ses clients va également être déployé. La prise de rendez-vous en ligne (« Prendre rendez-vous en atelier » sur le site web nissan.fr) sera améliorée et enrichie pour représenter à terme 10 % des rendez-vous. Et la tablette de réception – qui assure déjà un business additionnel de 225€ HT sur les pièces hors taxes, en atelier payant (donc hors garantie) – doit devenir l'outil privilégié du conseiller service.

Le pneumatique comme levier de conquête

La progression constante des contrats d'entretien avec 50% des clients VP fédérés (+20 points vs 2019) devrait franchir les 66 % fin 2023! Car il s'agit non seulement d'une base sécurisée pour le SAV, mais également pour le VO, d'où le développement de contrats similaires sur ce segment. Depuis deux ans, le pneumatique s'est également imposé

comme un évident générateur de trafic et levier de rétention dans la stratégie après-vente de la marque. Olivier Cavarec reconnaît être « très agressif sur le sujet », sur une enveloppe (re)devenue enjeu majeur pour les ateliers. « Nos campagnes fonctionnent toutes! Rien que sur l'opération de fin d'année (1 pneu acheté, le 2^e offert, couplée avec l'offre du constructeur), nous avons enregistré 31% de conquête sur des clients qui n'étaient pas venus depuis plus de dix-huit mois. » Au global, Nissan a doublé la performance de son réseau et a écoulé 100 000 enveloppes sur l'année.

Logistique et PR au cœur des attentions

Autre pilier, l'activité Pièces de rechange qui note une stabilité de l'atelier payant (hors garantie) via notamment la hausse du panier moyen. « Nous avons une



« Nous devons générer plus de trafic dans nos affaires en visant surtout les plus de 5 ans », estime Olivier Cavarec.

rétention stable, bénéficie des contrats d'entretien sur le segment des 0 à 5 ans », analyse le responsable qui note également la croissance des ventes externes (+3 % à 51 M€ en 2022), toujours très axées sur les pièces de carrosserie. D'où le maintien de l'Opération Expert, lancée début 2020. Au cœur de cette action

commerciale, la possibilité pour le carrossier indépendant d'obtenir une remise de 10 % sur la totalité de sa facture, prise en charge par le constructeur, s'il achète 100 % de ses pièces de choc chez le concessionnaire. « Aujourd'hui, nous observons un panier moyen stabilisé à 800€, avec 1500 dossiers par mois (+20 % vs 2021) », note Olivier Cavarec, qui observe la pénétration de sa marque auprès des réseaux partenaires (+11%), dont les plus historiques comme Five Star... Sur la pièce de rechange mécanique, le dirigeant ne s'interdit pas de plancher sur des partenariats potentiels. « Toutes les opportunités de deals sont étudiées, quelles qu'elles soient, pour aboutir à des synergies logistiques et une gestion des stocks qui nous permettront de mieux pénétrer la rechange indépendante. Tout s'étudie », indique le dirigeant. ● m.blancheton@zepros.fr

RECONDITIONNEMENT

Gemy Automobiles déploie ses hubs Autoprepar



Le premier site de reconditionnement du groupe Gemy, à Villévêque, s'occupe de 10 000 véhicules par an. Il existe depuis vingt ans.

Après une expérience de vingt ans à proximité d'Angers, la filiale Autoprepar du groupe Gemy Automobiles, spécialisée dans le reconditionnement, va se dupliquer en 2024 à Plumelin, dans le Morbihan. D'autres implantations sont prévues à l'échelle nationale. Cette nouvelle usine annonce une surface de plus de 23 000 m² et devrait

employer 50 personnes en rythme de croisière. Le groupe de Laval* vient en effet d'obtenir les accords nécessaires pour démarrer.

Mais à peine vient-il de signer qu'il garde la cadence en cherchant déjà trois autres possibilités foncières pour installer sa filiale Autoprepar: du côté de la Côte d'Azur, mais également près de Bordeaux et en région parisienne.

Les futurs sites de reconditionnement doivent absorber les flux de ses 40 concessions, dont 34 pour les marques du groupe Stellantis (Peugeot, Citroën, DS), ainsi que Renault et Dacia. Mais il s'agira également d'accueillir les véhicules d'occasion de groupes de distribution externes. ●

M. B.

* 760 M de CA, 1 800 collaborateurs.

DIGITALISATION

Concessions digitales : qui décrochera le lead ?

Constructeurs et concessionnaires cherchent le même Graal : le parfait parcours en ligne, initié par un premier contact qualifié puis transformé en achat concret, et maintenu dans un cycle complet allant du VO au SAV. Les deux acteurs n'ont cependant pas les mêmes atouts.

Comment arriver à une conversion 100 % digitale du client ? Par un parcours en ligne irréprochable, sans à-coups ni freins ! D'autant que la manne est à portée de mains d'après Webhelp. Le spécialiste de l'expérience digitale des clients finaux révèle qu'un tiers des clients du secteur auto est prêt à acheter un véhicule en ligne si l'option est disponible et un autre tiers est prêt pour un achat entièrement en ligne. Ils ne se déplacent en concession que pour effectuer un essai, négocier ou remplir les formalités administratives.

Des carences restent à combler...

Et c'est là que le bât blesse ! Les constructeurs sont encore loin du compte avec des sites web « chaotiques » et des conseil-



« Aujourd'hui, avoir la meilleure expérience client dans le cadre d'un achat de véhicule signe un avantage compétitif pour demain », avance Carole Rousseau (Webhelp).

lers service qui « n'égalent pas le niveau d'expertise produit des concessionnaires ». Résultat : les clients sont laissés avec des questions sans réponses (choix de véhicule, financement...) et la conversion tombe à l'eau. Côté distributeur, même avec ses années d'expérience pour guider les clients et les rassurer sur des détails techniques, les ventes en ligne restent marginales... Pour les deux parties, deux raisons majeures ressortent : le manque d'interfaces entre tous les outils



web et un client mal identifié à tous les échelons. Dommageable pour la vente VN loupée, mais également pour l'atelier et le VO.

... et cela passe par des leads qualifiés

C'est ce qu'a constaté Webhelp dans son Livre blanc, réalisé avec Caggemini. Sa mission : fournir les leads qualifiés via ses centres de contacts et des argumentaires élaborés par produit permettant aux marques et leurs réseaux de finaliser la vente (VN ou VO,

SAV, location...). « Attention, il n'y a pas d'opposition entre les deux parties. Nous formons d'ailleurs bon nombre de concessionnaires à la vente à distance à la demande de leur constructeur. Mais en mettant les bonnes ressources au bon endroit, certains ont déjà largement les moyens de devenir les concessions digitales de demain », souligne Carole Rousseau, directrice de la Business Unit Auto & Mobility de Webhelp. ●

M. B.

STRATÉGIE

BMW France soigne son service après-vente



« Pour le recrutement, nous appuyons sur nos concessionnaires qui ont la proximité locale comme le groupe Horizon avec le Garac », relève Vincent Salimon.

Accord avec Alliance Automotive Group, présence sur Equip Auto et recrutement de techniciens marquent, entre autres, la stratégie de la marque premium en pièces et services. « En traitant le segment des plus de 10 ans, nous nous ouvrons à un pan entier de l'univers IAM que n'adressent plus nos 190 concessionnaires avec nos deux marques BMW et MINI. Et avec AAG, nous ouvrons l'accès à des MRA qui ont besoin de nos pièces d'origine tout en rationalisant leurs achats vers un comptoir unique », explique Vincent Salimon. Pour le président de BMW France, l'accord entre la marque premium et le groupe de distribution PR est pour l'heure un test français, duplicable en Europe, voire avec d'autres par-

tenaires, selon le bilan qui en sera tiré fin 2023. Pour l'heure, s'ouvrir sur un marché où les concessionnaires français ne réalisent que 1,5 % de leur chiffre d'affaires permet à BMW de traiter la problématique des véhicules qui ne sont plus captifs, « tout en développant avec nos distributeurs d'autres outils et d'autres accords externes – notamment la pièce de carrosserie avec Five Star – pour refidéliser la clientèle ».

Visibilité pour recruter

Autre point dans sa stratégie Pièces et Services, sa présence inédite sur Equip Auto, motivée pour deux raisons : d'une part sa visibilité auprès des réparateurs (logistique PR, support technique, commande de pièces d'origine en ligne...), mais égale-

ment sa nécessité de recruter des techniciens. « En 2022, les ateliers devaient recruter 200 techniciens. Pari tenu ! Sauf que dans le même temps, 200 autres ont quitté leur poste, entre les démissions et les départs en retraite ! Nous n'avons pas augmenté nos capacités. Et les besoins sont toujours importants », relève le président du directoire de BMW Group France. Ainsi, 250 CV et une centaine de recrutements ont suivi après le salon. Une expérience qui sera réitérée, au moins pour cette raison, sachant que le constructeur allemand multiplie les partenariats avec les lycées professionnels (25 véhicules fournis en 2022, ainsi que des moteurs complets et des pièces de rechange). ●

M. B.

Vite !

CONTRAT D'AGENT

Volvo nettoie son réseau allemand...

Dans le cadre du déploiement de son contrat d'agent, le constructeur a résilié 65 de ses 144 concessionnaires allemands, avec préavis de 24 mois, ramenant le nombre de points de vente de 219 à 151. Aux Pays-Bas, Volvo compte 23 partenaires sous contrat avec 56 succursales.

ENTENTE

... et Stellantis s'accorde



Les associations européennes des concessionnaires des marques du groupe Stellantis ont trouvé un terrain d'entente avec le constructeur autour du contrat de distribution « Retailer ». Le nouveau contrat entrera en vigueur le 1^{er} juillet en 2023 en Autriche, en Belgique et aux Pays-Bas pour toutes les marques du groupe, puis étendu au 1^{er} janvier 2024 dans sept autres pays européens (dont la France) mais seulement sur les marques premium Lancia, Alfa Romeo, DS et les VUL.

ASSISTANCE

Hyundai s'appuie sur IMA

Inter Mutuelles Assistance est choisi pour l'assistance de tous les clients de Hyundai dans l'Hexagone : la formule « augmentée » prévoit qu'une assistance peut être déclenchée même dans le cas où le client amène directement son véhicule en concession suite à une anomalie. Il est aussi possible de faire rapatrier son véhicule, qu'il soit en France ou à l'étranger, et de cumuler les services de l'assisteuseur (exemple : retour en train et en taxi).



CONTRÔLE TECHNIQUE

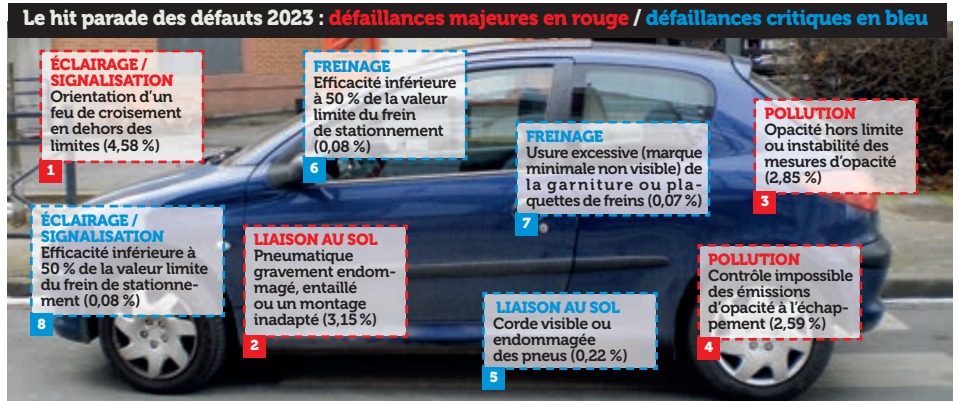
Le préventif pour maintenir un parc vieillissant

12,5 ans (13,3 ans pour les VUL) pour le parc contrôlé en 2022, soit en moyenne un an et trois mois de vieillissement sur dix ans. Cependant le dernier rapport UTAC-OTC fait état d'un parc en meilleure santé avec un taux de contre-visites à la baisse. Sur les 21,25 millions de véhicules contrôlés en 2022, 81 % des VP ont eu leur « laissez-passer » de conformité (77,2% pour les utilitaires). Reste

les 4,13 millions de véhicules (19,4%) qui ont dû repasser une contre-visite, dont 25 % affichaient plus de dix ans. Le taux de défaillances critiques se stabilise à 0,70 %, pour les VP tandis qu'il s'est élevé à 1,07 % pour les VU. « Combo » gagnant cette année encore pour les principales causes de recalage: pneus, éclairage, pollution et fonction freinage. Si ce bilan 2022 ne bouleverse pas les tendances, leur récurrence

Maillage : un puits sans fond ?

Le maillage en centres de contrôle technique continue de s'étendre. En 2022, 122 nouveaux centres ont ouvert pour atteindre un total de 6 667 centres agréés, dont 1 178 non rattachés à un réseau (vs 1 094 en 2021). Une extension contre-productive pour les syndicats pros : « Le maillage des centres répond parfaitement à la demande », rappelle la FNA. Inquiétude : qu'il n'y ait pas assez d'activité pour « nourrir » tout le monde, d'autant qu'à terme le parc roulant pourrait se réduire avec la montée en puissance de nouvelles mobilités.



fait réagir les organisations professionnelles. « Plus un véhicule est contrôlé régulièrement, moins il présente de défaillances », rappelle Mobilians. En ligne de mire: le parc des utilitaires et ses mauvais scores répétés pour qui l'organisation plaide pour l'annualisation des inspections, à l'instar des PL qui affichent 11% de taux de contre-visites vs 23 % pour les VUL. « Un entretien préventif

régulier associé à un contrôle technique favorise une baisse du coût global de l'entretien du véhicule et permet d'améliorer la sécurité routière », rappelle l'organisation. De son côté, la FNA appelle les ateliers à plus utiliser le levier préventif du contrôle technique pour jouer leur rôle de conseil. Et c'est sur les 70% de VP présentant au moins une défaillance mineure que l'organisation veut éveiller

l'attention. Les prestations à cibler : opacité, pneumatiques, disques de frein, triangles et bras de suspension, état des phares, plaquettes de frein... « Les réparateurs doivent demander systématiquement à leurs clients les procès-verbaux pour planifier les réparations nécessaires et éviter ainsi une aggravation des avaries pouvant coûter très cher. »

c.ridet@zepros.fr

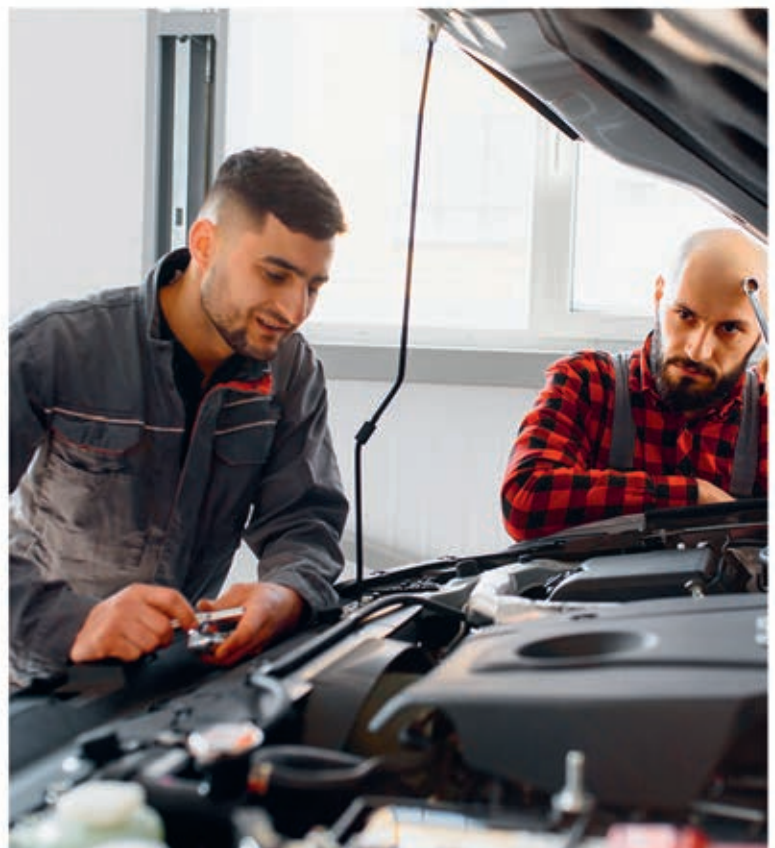


Fonds d'Assurance Formation des Chefs d'Entreprise Artisanale

FINANCEZ VOTRE FORMATION GRÂCE AU FAFCEA !

Fonds dédié au chef d'entreprise et à son conjoint

Une question sur le financement de votre formation ?
La FNA vous assiste



DIGITAL

Tournée des garages "classic" pour Renovatio



Francesco Faà di Bruno (eBay Automobile France) et Benjamin Abitbol (fondateur de Renovatio) sur le stand Renovatio de Rétromobile.

L'acteur français spécialisé dans la pièce pour les « anciennes » renforce sa palette d'offres. Quand le digital retourne sur le terrain pour évangéliser ! « Le secteur de la voiture classique est très conventionnel. N'être que digital serait se couper de ce monde. Je regrette que dans le milieu du "classic" il y ait si peu d'échanges entre les acteurs », plaide Benjamin Abitbol, le cofondateur Renovatio Automotive, l'inédite plateforme digitale fédérant les offres pièces et services dédiées aux véhicules classiques. Il va donc relancer les visites terrain.

Disponibilité avant tout

Objectif pour le premier semestre 2023: 150 visites de garages spécialisés en véhicules anciens. « Aujourd'hui, on recense un peu plus d'un millier d'ateliers "classic" en France. S'ils ne manquent pas de travail (parc de 350 000 véhicules anciens en France), ils manquent de temps pour être vraiment rentables. Notre solution, qui facilite la recherche de pièces (poste très chronophage), est un vrai levier de profitabilité. Un délai de trois à quatre jours pour recevoir la pièce est raisonnable sur ces chantiers. Et concernant le positionnement tarifaire, s'il ne faut pas abuser, ils ne sont pas à la recherche de prix – car la rareté joue – mais bien de disponibilité. » Une carte maîtresse de Bakelit que veut mettre en

avant le patron. Il sait également qu'il faut encore évangéliser les acteurs du secteur au digital pour faire de Renovatio/Bakelit la plaque tournante de la pièce historique.

Des nouveautés à présenter

En quatre ans, Renovatio Automotive n'a cessé de se renouveler. Sa stratégie de distribution multicanal a encore été renforcée en 2021 avec l'entrée à son capital du géant eBay. Ce partenariat stratégique lui a aussi permis de doubler son portefeuille d'offres avec plus de 130 000 articles disponibles (France et international). Et de lancer ses nouveautés 2023: une V3 du site e-commerce Bakelit, une conciergerie, un nouveau format destiné à la clientèle sous forme de pack intégrant outre un catalogue optimisé, des informations véhicules et pièces. Le prochain chantier pour le patron de Renovatio: le développement d'une formule de formation. Et 2024? Sur le Net, « si tu n'avances pas tu recules »! ●

C. R.

RENOVATIO EN CHIFFRES

- 190 fournisseurs
- 850 000 articles pour 100 marques de véhicules de 1940-1999
- 350 comptes pros (garages et ateliers)
- 5 000 clients

Milwaukee

Nothing but **HEAVY DUTY.**

NOUVELLES PONCEUSES À BANDE

Disponibles en 10mm & 13mm




M12 FUEL

POINTS FORTS :

- Changement de bande sans outils
- Réglage de la tête à 360°
- LED intégrée
- Sens de la bande réversible
- Verrouillage de la gâchette
- Vitesse variable 7 200 - 14 500 tr/min



M12 FBFL13-402B

Existe aussi en version sans batterie

M12 FBFL10-402B

Existe aussi en version sans batterie

PERFECT MATCH

14 REFERENCES DE BANDES ABRASIVES :
7 X 10 MM ET 7 X 13 MM
3 NIVEAUX DE FINITION :
CÉRAMIQUE, NON TISSÉES ET POLISSAGE



DES BATTERIES COMPACTES ET COMPATIBLES
AVEC UNE LARGE GAMME ORIENTÉE MOBILITÉ
& PERFORMANCE, POUR LES PROFESSIONNELS.

M12 COMPACTE.
ORIENTÉE MOBILITÉ.



UN SYSTÈME,
PLUS DE

110

OUTILS

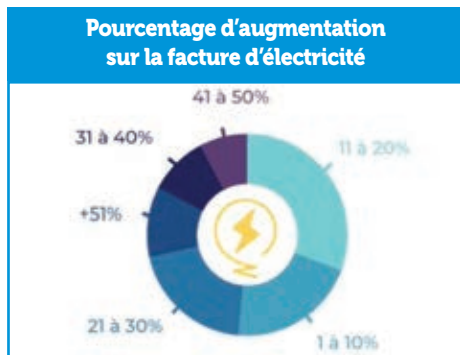
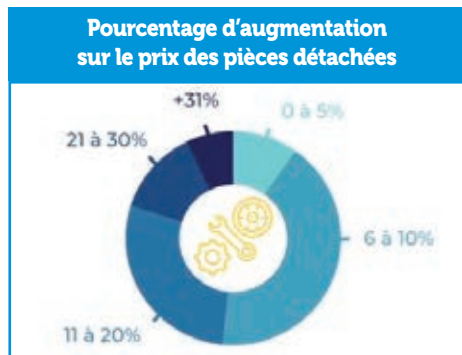
Rejoignez-nous sur nos pages : Milwaukee France





CONJONCTURE

L'inflation inquiète un garagiste sur deux



À peine un garagiste sur quatre a répercuté sur ses prestations la flambée tarifaire. Mais la persistance des hausses de coût (lire aussi page 6) inquiète les patrons sur la pérennité à terme de leur entreprise, selon une enquête menée par Vroomly auprès de 300 réparateurs. 90% des garagistes constatent une hausse des prix, avec pour 72% d'entre eux +11 à +20% sur la facture

énergie. Mais c'est l'explosion des tarifs en huiles et consommables (+49%) et en pièces (+38%) qui les impacte le plus. Dans ce contexte, 25% des garagistes ont déjà augmenté leurs tarifs pour faire face à l'inflation et 30% comptent le faire prochainement, dont un sur deux entre 6 et 10%. Vroomly relève cependant qu'entre 2021 et 2023, le prix des révisions a d'ores et déjà augmenté de 9,4%. Avant d'en passer par

l'augmentation de leurs tarifs, les réparateurs ont cherché des poches d'économie. Arrive en tête la baisse du chauffage, puis le changement d'éclairage en faveur des LED, et la course à de meilleurs tarifs pièces pour 27% des pros. Un levier pour la plateforme d'intermédiation qui a ouvert en 2021 sa marketplace agrégeant les offres de distributeurs à prix internet. ●

C. R.

DIAGNOSTIC

Distrigo intègre l'Actia Multi-Diag

Une première : l'enseigne de distribution multimarque PR de Stellantis référence un outil de diag multimarque. Et c'est Actia qui intègre le catalogue. Le Multi-Diag 360 et le portique ADAS badgés Actia font leur entrée au catalogue Distrigo. L'offre doit aider les réparateurs à assurer des prestations touchant les véhicules récents intégrant

calculateurs et systèmes d'aide à la conduite. De quoi être "up to date" face aux évolutions des motorisations et des réglementations. «Le Multi-Diag 360 propose des solutions d'assistance à distance pour la mise à jour et le reparamétrage des calculateurs», rappelle Sébastien Thiriez, responsable commercial Actia. ●

C. R.



« ON NE POUVAIT RÊVER MEILLEURE OCCASION POUR METTRE EN AVANT LES ACTEURS DU PNEU »

PAROLES DE PARTENAIRE

Christophe Rollet, directeur général de Point S

■ Vous prenez la route des Ze Awards du Pneu aux côtés de Zepros. Pourquoi ce ralliement ?

Nous avons toujours accompagné les initiatives mettant en avant le marché du pneumatique. Le fait que Zepros lance un nouveau format donnant l'opportunité à ses acteurs d'être sur le devant de la scène est appréciable. Mon groupe, diversifié depuis longtemps, en reste l'un des acteurs majeurs et surtout indépendants, on ne pouvait rêver meilleure occasion.

■ Ces prix mettent l'accent sur l'entrepreneuriat et l'innovation : deux facteurs qui caractérisent l'univers du pneu selon vous ?

Si c'est la tendance d'aujourd'hui, les intervenants de la distribution retail avaient pris du retard sur ces deux sujets, laissant la place aux fabricants. Aujourd'hui, je constate que les enseignes ont nettement amélioré leur offre, leur positionnement, pour faire de l'univers du pneu un système mature, écologique, et dynamique.

■ La RSE et le recrutement/formation sont également deux sujets cruciaux. Quelle est votre analyse de cette carence en talents ?

La démarche RSE est en route et chacun tente du mieux possible d'y contribuer. Ensemble, nous avançons sur un métier qui, jusqu'à peu, en fut bien éloigné. En revanche, la formation et le recrutement révèlent cette réalité : nous subissons une carence de carrières, de compétences, d'envies... L'affaiblissement des clauses de non-concurrence est un facteur négatif qui joue « contre nous ». Peu de talents veulent (s')investir sans garanties, d'autant

que nos métiers se sont spécialisés. En sortie d'apprentissage et d'école de formation, beaucoup se tournent vers de grandes marques constructeurs plutôt que des marchands de pneus ! Toutefois, nous constatons un réel engagement des enseignes du pneu pour contrebalancer cette réalité. Ainsi, par l'intermédiaire du Syndicat du Pneu, nous venons de signer tous ensemble une charte de non-débauchage systématique entre nous.

■ Ces Ze Awards peuvent-ils être le bâton de pèlerin de la profession pour réhabiliter les métiers du pneu ?

L'arrivée de l'électrique, le vieillissement du parc, le poids des futurs véhicules et d'autres changements qui se profilent vont donner l'occasion à ses acteurs de lancer « une vie au pneu ». Je vois aussi un attachement grandissant sur le VI du poste Pneu. Beaucoup de facteurs sont donc réunis, à chacun d'en profiter. Cette première édition des Ze Awards du Pneu ne pouvait pas mieux tomber.

■ Quelles sont les dernières actualités et les axes de développement chez Point S ?

Côté réseau, nous avons développé un outil de commande unique pour tous nos membres afin de fluidifier le temps passé à chercher puis commander un produit. Côté enseigne, nous poursuivons le développement de nos concepts récents (Glass, Écomobilité et Vente Auto) et continuons de nous développer en France et dans le monde. Enfin côté client, nous mettons en place une charte de service commune à nos 650 points de vente.



« La démarche RSE est en route et chacun tente du mieux possible d'y contribuer. »



CONCEPT VE

LKQ-VHIP France lance Moobi

Lancé au Benelux dès 2021 et annoncé sur Equip Auto, le concept destiné aux véhicules électriques et hybrides du leader européen de la distribution PR est en phase de déploiement. Si l'inertie du parc laisse encore de beaux jours aux prestations sur les véhicules thermiques, il serait risqué de négliger la montée en puissance de l'électrification. Le concept Moobi couvre les différents aspects de la prise en charge de ce type de véhicule : pièces et outillage, support technique (formation,



hotline, données techniques, audit de qualité), services spécifiques (borne de recharge, cartes de recharge en collaboration avec WATT) et accompagnement marketing (enseigne et communication vers les consommateurs).

LKQ-Van Heck Interpieces France précise que le concept est évolutif afin de s'adapter aux nouveaux besoins qui pourraient apparaître avec la montée en puissance du parc électrique. ●

C. R.

ENTRETIEN À DOMICILE

GoMecano accélère et lève 2 M€



Nouvelle levée de fonds pour la plateforme d'intermédiation d'entretien à domicile. Avec désormais Via ID comme partenaire, la start-up affiche ses ambitions...

Fort d'une dernière levée de fonds de 2 M€ réalisée auprès de l'incubateur du groupe Mobivia, GoMecano entend accélérer son déploiement national. Historiquement bien implantée dans

les régions PACA, Ile-de-France et Hauts-de-France, Toulouse, Montpellier, Lyon et Bordeaux, la plateforme digitale cible en 2023 la Bretagne et le Grand Est. Objectif : passer de 200 « gomécánicos » à 400 d'ici la fin de l'année. Outre s'appuyer sur des autoentrepreneurs, elle séduit désormais des garages « physiques » qui investissent dans des ateliers mobiles. Au programme également, la conquête des flottes et de nouveaux entrants sur le marché des véhicules électriques (la start-up est partenaire du constructeur chinois Aiways, ainsi que de Moke ou encore Biro). ●

j.morvan@zepros.fr

FORMATION

Apprentis Garac chez Maserati

Jolie réactivité pour l'école de la profession : deux apprentis en BTS « Maintenance des véhicules particuliers » se forment durant deux mois chez Maserati à Modène (Italie). Une expérimentation adoptée par le Garac, proposée par l'Europe et Erasmus. Jean Laporte (apprenti chez GRC Auto à Clamart) et Matteo Vattepin (RRG à la Défense) travaillent dans le service après-vente de la célèbre marque italienne du 6 février au 6 avril 2023 dans le cadre du programme de BTS...



DIGITAL

Nouvelle Web TV pour Würth

Lancée en 2021, l'émission de téléshopping du spécialiste de l'outillage a récemment été rebaptisée « L'Atelier ». Avec cette nouvelle version, Würth France souhaite proposer un contenu plus qualitatif et plus proche des professionnels. Chaque émission démarre par un échange entre le présentateur et le spécialiste produit pour continuer en situation soit chez un client soit dans le centre de formation de Würth France. L'intérêt est de voir le produit en action grâce à une démonstration.



DRI

VOTRE PARTENAIRE
EN RÉNOVATION DE
PIÈCES DÉTACHÉES



Avec plus de 13.500 références et 8 groupes de produits différents, nous offrons l'une des plus vastes gammes de pièces automobiles remanufacturées sur le marché européen des pièces de rechange.

Nos produits sont respectueux de l'environnement et garantis conformes aux normes OE.



www.dri.dk/fr/

Vite!

PIÈCES

Tesla 56% plus cher que la moyenne



Sécurité & Réparation Automobiles (SRA) a intégré la marque de véhicules électriques à son étude mensuelle sur le panier de pièces de rechange. Tesla présente un coût du poste pièces supérieur de 56 % à la moyenne des autres marques étudiées. Côté coût de la réparation dans son ensemble, pour les véhicules de moins de six ans toutes marques confondues, seules les Porsche s'affichaient au-dessus de Tesla en 2021. Model 3, Model S et Model X occupent la première place de leur segment respectif.

APPRENTISSAGE

Les carrossiers ont le vent en poupe

Selon l'ANFA, la spécialité « Carrosserie-peinture » comptait 15 022 inscrits à la rentrée 2022-2023. Soit 22 % du total de la branche auto. 60 % des élèves en carrosserie sont en alternance (+ 41 % en cinq ans et + 4,5 % vs. 2021-2022). L'alternance est plébiscitée par les patrons face aux tensions de recrutement, mais aussi par des jeunes convaincus qu'il faut pratiquer pour apprendre. Le taux d'insertion, six mois après le diplôme, est de 76 % pour les Bac Pro « Réparation des carrosseries » et 75 % pour les CAP « Peinture en carrosserie ».

RÉSEAU

AD Carrosserie en forte croissance

En 2022, les nouveaux panneaux AD Carrosserie ont représenté près de 38 % des entrées dans le réseau AD. Avec le nombre record de 28 nouveaux adhérents sur les 74 supplémentaires qu'a enregistré l'enseigne, les carrossiers au triangle rouge sont désormais 791 sur un total de 2 240 réparateurs AD au total. « Nous avons maintenant hâte de célébrer la 800^e AD Carrosserie », se réjouit Fabien Guimard, directeur des réseaux de réparation automobile chez Autodistribution.

SALON

Le Salon de la carrosserie de Mobilians tourné vers l'avenir

« Nous ne pouvons pas passer à côté de ce que nous aurons à réparer demain. La question de la transmission des entreprises est aussi primordiale », s'exclame Thierry Benteyn, responsable territorial Nouvelle-Aquitaine de Mobilians. Ainsi, la réparation de demain, le développement durable et l'économie circulaire se sont invités sur ce 3^e Salon des professionnels de la carrosserie et de l'après-vente, les 16 et 17 mars à Bordeaux. « Faire des économies est d'autant plus d'actualité dans un contexte de hausse des coûts de l'énergie », souligne T. Benteyn, qui rappelle que certains carrossiers ont vu leur facture décuplée.

23 M€ pour des bornes de recharge

Cheffe de projet IRVE chez Mobilians, Linda Benzid a rappelé que



L'événement a été inauguré en présence de Francis Bartholomé (au centre), président national de Mobilians.

« 23 M€ seront alloués aux professionnels de l'auto pour le déploiement de bornes de recharge électrique d'ici au 31 décembre 2025 dans le cadre du programme Advenir ! » S'équiper est important car les carrossiers sont les premiers susceptibles d'accueillir des véhicules électriques dès leur mise en circulation. Car les sinistres ne préviennent pas. « Installer des points de charge ouverts au public permet de facturer ce service

et d'attirer de nouveaux clients », insiste Linda Benzid. Pour accompagner les pros, Mobilians a ouvert le site bornes.mobilians.fr. Le GNFA, lui, propose un premier binaire à destination des décideurs, intitulé « Quelle infrastructure pour quel besoin ? ».

Salon du dépannage prévu à Toulouse

« Le métier évolue mais nous sommes toujours là, car indis-

pensables et non délocalisables. Ce salon est une vitrine magnifique de l'évolution de tous les systèmes de sécurité dans l'automobile et qui plus est à la pointe de la réparabilité. Les jeunes n'ont qu'à piocher ! », estime pour sa part Jean-Marc Donatien, président national du métier Carrossiers de Mobilians. Avec 75 stands et quelque 3 000 m² d'exposition, le salon est en croissance et fermement ancré du côté de Bordeaux. Même si le président de Mobilians, Francis Bartholomé, a annoncé pour Zepros Après-Vente Auto que Toulouse accueillerait le premier Salon du dépannage et du remorquage du 24 au 26 octobre. « Nous avons à cœur de proposer des rendez-vous en régions. Ici, la carrosserie, demain le dépannage dans la Ville Rose. »

Hélène Lerivrain

IMPRESSION 3D

CESVI France et Gryp au secours des pros

Les constructeurs ne proposent quasiment jamais au détail les petites pièces de fixation plastique des radars, capteurs et autres optiques. Les experts en automobile sont donc souvent démunis lors du chiffrage. Et les réparateurs avec. Parce que les phares et ADAS



Les pièces imprimées par Gryp sont certifiées par le CESVI après des tests rigoureux et une mise en contrainte sévère.

peuvent facilement atteindre 1 200 à 1 500 € l'unité sur les véhicules les plus récents quand leurs fixations, elles, excèdent rarement la centaine d'euros. Sollicité depuis plusieurs années pour trouver une solution afin de réduire le coût de ce type de dossiers, CESVI France a trouvé la solution auprès de Gryp, spécialiste de l'impression 3D de pièces plastiques pour "youngtimers". En fonction des demandes les plus récurrentes, déposées via un formulaire en ligne, CESVI France permet à Gryp de constituer un catalogue de petites pièces en plastique. Imprimées en 3D dans les ateliers de ce dernier à des conditions de température et d'hygrométrie maîtrisées, elles sont parfois renforcées de fibre de verre ou de carbone selon le modèle d'origine. ●

r.thirion@zepros.fr

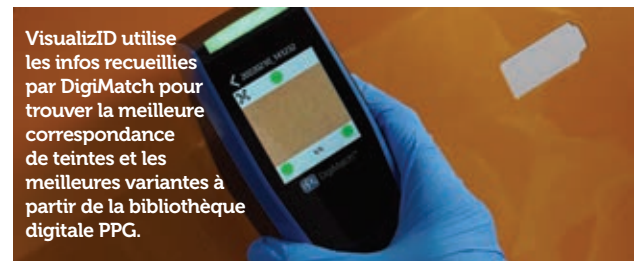
PEINTURE

PPG plus digital et plus fiable avec Linq

« Linq va changer le paradigme de l'identification des couleurs et la façon dont elles sont appliquées », affirme Jérôme Zamblera, vice-président de PPG Automotive Refinish EMEA. Entièrement hébergé dans le cloud, l'écosystème PPG Linq se compose de deux innovations indissociables. La première: un logiciel de visualisation des teintes 3D avancée baptisé PPG VisualizID. La seconde: un spectrophotomètre équipé d'une caméra couleur multi-angle, répondant au nom de PPG Digi-

Match. Ce dernier, plus léger, s'appuie sur une ergonomie améliorée puisqu'il peut être utilisé d'une seule main. Avec ses six angles d'image et six angles de réflexion capables de capturer rapidement et précisément les informations sur la teinte et le grain de l'élément à réparer du véhicule, DigiMatch optimise considérablement la performance de VisualizID. Cinq mesures différentes suffisent pour un rendu optimal. 70 000 couleurs peuvent être visualisées. ●

R. T.



VisualizID utilise les infos recueillies par DigiMatch pour trouver la meilleure correspondance de teintes et les meilleures variantes à partir de la bibliothèque digitale PPG.

ze AWARDS

CARROSSERIE

Les Ze Awards récompensent
les entrepreneurs et leurs initiatives.
Pourquoi pas vous ?

7 CATÉGORIES EN COMPÉTITION :

- Prix du Carrossier Réseau
- Prix du Carrossier Indépendant
- Prix du Réseau de vitrage
- Prix du Distributeur Peinture Carrosserie
- Prix du Fabricant/Equipementier
- Prix de l'Innovation RSE, formation, initiative digitale...
- Prix du Jury

RENDEZ-VOUS :

**Le 26 juin
2023 à Paris**

*pour une remise
de prix exceptionnelle !*



Déposez votre dossier gratuitement en scannant le QR CODE ou contactez-nous à l'adresse contact-auto@zepros.fr

EN PARTENARIAT AVEC



UN ÉVÈNEMENT ORGANISÉ PAR

zePROS

Vite!

CONCENTRATION

LKQ Corporation s'offre Uni-Select



L'Américain vient de racheter Uni-Select, le distributeur canadien aux 1,7 Md\$ (1,62 Md€). LKQ Corp. affichera donc bientôt, au niveau mondial, un CA de 13,31 Md€. Car il compte céder son activité britannique GSF Car Parts. Ce qui signera pour le Québécois un faux départ européen que l'écosystème avait imaginé en 2017 lorsqu'il avait racheté le Britannique Parts Alliance. Ce dernier est donc de nouveau sur le marché. À suivre.

GROUPEMENT

Lausan revient à Groupauto Unión Ibérica



Alors qu'il y a trois ans, le leader espagnol de la vente PR (101 M€ en 2020) décidait de quitter le giron du groupement, il vient de résigner et revient avec sa filiale portugaise Soulima. Il faut dire qu'entre-temps les deux distributeurs (130 M€ de CA en 2022, 150 M€ visés pour 2023) ont été vendus à Alliance Automotive, actionnaire de GAUIb.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

LKQ Europe pousse le recyclage auto

Le numéro un européen avait clairement annoncé comme prioritaire son déploiement sur l'économie circulaire en Europe. Il vient donc d'acquiescer le groupe Rhenoy, l'un des principaux fournisseurs néerlandais de moteurs remanufacturés et de pièces de réemploi. Jusque-là, LKQ Europe n'avait comme seul levier sur le sujet « que » le Suédois Atracco et ses quatorze sites de déconstruction.



DISTRIBUTION

Flauraud-MGA-Barrault: synergies activées

Le rachat à l'automne dernier par Emil Frey France de MGA-Barrault a rebattu les cartes du plan de transformation de Flauraud, également propriété du leader européen de la vente VN. C'est en marche: le pôle IAM d'Emil Frey France ouvre les chantiers de la synergie logique (et attendue) entre ses deux entreprises, acteurs de la même rechange indépendante. Premier signe tangible: l'intégration des produits MGA dans Mecasystems, le catalogue électronique de Flauraud (lire encadré). Incontournable consolidation du business pour le premier concessionnaire de France, qui entend bien « doubler son chiffre d'affaires IAM d'ici cinq ans », affirme Vincent Gorce, le directeur général d'Emil Frey Motors France, notamment en charge de la stratégie Métier APV et PR du groupe. Cela passera par de la croissance organique, mais également externe. Dans la corbeille, outre MGA, Charles Taris a également cédé l'enseigne Barrault en pleine expansion hors de ses frontières historiques du Pays de Loire et

passée en cinq ans de 26 à 54 magasins.

Modèle Barrault dupliqué

La stratégie groupe est donc de construire un écosystème cohérent assurant la couverture du territoire et permettant aux deux enseignes de mutuellement se muscler. S'il n'est pas question de remettre en cause l'existence de ces deux marques, l'acquisition de MGA-Barrault a mis fin au destin national de Flauraud. Cet objectif se fera en duo avec Barrault, « qui occupe déjà un quart du territoire ». En revanche, la volonté de revoir le format « trop grand, trop coûteux » des

19 magasins Flauraud est maintenue. Et c'est le modèle de petites structures Barrault qui sera dupliqué. Vincent Gorce confirme cependant la validation du concept "new mag" testé à Clermont-Ferrand. La direction de Flauraud a aussi annoncé sa volonté d'ouvrir d'autres entités. Ainsi, un site va voir le jour dans les prochains mois à Castelnau-dary (11) et un autre devrait aussi être opérationnel à court terme à Vichy (03). « D'autres ouvertures sont programmées. »

Climat social plus serein

Satisfecit du côté des syndicats: « Ces décisions vont dans le bon



Vincent Gorce, directeur général d'Emil Frey Motors France.

sens et sont cohérentes avec le marché. » Et si les représentants du personnel Flauraud déplorent le possible abandon de l'activité « atelier technique », ils saluent le retour de Stéphane Drouillard, qui pilote dorénavant le pôle Distributeur IAM du groupe. « L'épisode PSE a laissé des traces et nous n'avions plus confiance. Nous souhaitons revenir à des discussions dans un bon état d'esprit », confie un représentant syndical. De quoi apaiser le climat social et accélérer sur la construction du nouvel écosystème IAM d'Emil Frey France. À suivre. ●

Version longue sur www.auto.zepros.fr c.ridet@zepros.fr et Jean-Pierre Raynaud

Adieu Technik'a, bonjour MGA

Trois mois après le rachat de MGA, les 22 000 références annoncées par l'assembleur de gammes intègre Mecasystems, le catalogue électronique de Flauraud. Quid de Technik'a, la marque privée de Flauraud? Pas de « coexistence possible! » C'est donc MGA qui absorbe Technik'a et ses 6 000 références, mais la marque « apportera sa brique en ajoutant à l'offre les fluides, batteries et machines tournantes qui passeront aux couleurs MGA ». Quatorze mille produits MGA ont d'ores et déjà été stockés sur le hub logistique Flauraud. Et fin mars, 100 % de l'offre MGA sera disponible dans l'ensemble des magasins auvergnats, qui « disposent dorénavant de la force commerciale de MGA ».



BILAN

Les géants européens ont performé en 2022

Bilan annuel chez GPC/AAG, PHE et LKQ. Si les trois leaders européens s'affichent en croissance, AAG et PHE le sont plus clairement que LKQ.

- Parts Holding Europe, entré à hauteur de 91% dans le giron de D'Ieteren Group en août dernier, annonce la meilleure croissance des trois leaders, avec +15% pour atteindre 2,259 Md€ de CA. Cette performance s'est faite pour +8,8% en croissance organique et pour les autres +6,2% via ses neuf acquisitions (trois en Espagne, cinq en Italie et une en France).
- Alliance Automotive Group, la filiale européenne de GPC,



annonce une croissance de 9% sur un CA à 2,9 Md\$ (2,6 Md€). Plus globalement, Genuine Parts Company (auto et industrie) a crû de 17,1% pour un CA à 22,1 Md\$ et son activité auto de 8,95% à 13,66 Md\$. Enfin, GPC annonce un « free cash flow » de 1,1 Md\$ et vise 1 Md\$ de flux de trésorerie disponible pour 2023. Le marché va être actif cette année!

- Reste LKQ, dont le bilan officiel est en repli de 2,3% (12,8 Md\$), mais s'établit à +2,8% en devises constantes, et même à +5% en ne considérant que le CA organique pièces et services. Sa filiale européenne annonce un impact de 651 M\$ des taux de change sur le CA pièces et services. Cela porterait la croissance à 5,5% et à 5,1% en ne regardant

que son activité organique pièces et services. L'exercice permet donc de retourner une tendance 2022 en CA brut publié à -5,3% (5,71 Md\$)! Reste que sur cette période particulièrement inflationniste (autour de +5-6% en moyenne), LKQ Europe est en petite forme. Cependant, le groupe a dégagé un bénéfice en croissance de 5% vs 2021, et 1 Md\$ de « flux de trésorerie disponible ». De quoi conserver ses latitudes de croissance européenne par acquisitions. Les trois leaders sont tous optimistes sur l'évolution de leurs performances pour 2023... ●

C. R.

INVITATION

EN AVANT-PREMIERE

LA CLIM

DANS TOUS SES ETATS

de Mai à Août

AVEC LA PARTICIPATION DE

DENSO 
Compresseurs

EFI 
Pressotats

LUCAS 
Compresseurs

NISSENS 
Compresseurs/Condenseurs
Pulseurs/Filtres Déshydrateurs/GMV's
Evaporateurs/Détendeurs

VALEO 
Radiateurs/Compresseurs

CALENDRIER DE PRÉ-SAISON

*votre commercial Apprau en région
 vous communiquera les conditions nécessaires
 en vue de votre participation à cet évènement.*

INVITATION
STRICTEMENT PERSONNELLE

ADIPA | **CHAUSSENDE** | **DASIR** | **MP**
Nantes | Marseille & Toulouse | Lyon & Limoges | Lille

apprau.fr

APPRAU®
c'est dispo!



WWW.KOMPAROTOPARTS.COM

ET SI VOUS COMPARIEZ LES PRIX DES PIÈCES AUTO AVANT DE LES ACHETER ?



KOMPART PARTS

LE MEILLEUR COMPAREUR DE L'AUTO

OUTILLAGE

Milwaukee consolide son offre et sa distribution

La convention Milwaukee 2023 à Barcelone a permis à l'outilier américain de dévoiler une gamme auto renforcée et de confirmer sa stratégie de distribution...

« sélective ». La filiale du groupe TTI, spécialiste de l'outillage électroportatif, a démontré tout son savoir-faire dans l'outillage à main, tous métiers confondus, avec plus de mille solutions au total désormais... et sa nouvelle marotte : les équipements de protection individuelle (EPI). 40 M\$ (36,8 M€) ont été investis dans la R&D par Milwaukee ces derniers mois pour donner naissance à plusieurs dizaines de nouvelles solutions. Côté sécurité de sa nouvelle gamme EPI, l'outilier s'appuie désormais sur l'intelligence artificielle pour l'optimiser. « Les EPI représentent un marché potentiel quatre fois plus important que celui de l'outillage électroportatif, raison pour laquelle



Bastien Dubreuil, directeur commercial & marketing de Milwaukee France.

nous y croyons fort et avons constitué une équipe commerciale dédiée », explique Bastien Dubreuil, directeur commercial & marketing de Milwaukee France.

Distribution toujours plus « sélective »

La croissance de l'équipementier sur la zone Europe (EMEA) en 2022 ne trompe pas : + 22 % de hausse des ventes. En France, son CA de 160 M€ ne représente encore qu'un taux de 5 % de pénétration, mais en progression,

portée par une distribution « sélective » très européenne, n'accordant offre, SAV et garantie qu'aux magasins 100 % dédiés aux pros. Exit les produits Milwaukee avec le pack de services associés sur le Web ou dans les commerces grand public. « Les distributeurs sont fortement encouragés à stocker le maximum de lignes de produits possible, car pour être de vrais partenaires, ils doivent être représentatifs de notre offre. » L'outilier mise également sur ses attachés technico-commerciaux

(ATC), véritables spécialistes du sell-out pour accompagner les distributeurs dans leurs démonstrations et tournées.

Équipes terrain renforcées

Une forte présence terrain, véritable marqueur de Milwaukee qui est passé de 20 à 200 commerciaux en quinze ans. Aujourd'hui partenaire d'Autodistribution et d'Alliance Automotive Group, Milwaukee entend renforcer encore son empreinte auprès de la distribution BtoB auto. Numéro un de l'outillage électroportatif professionnel, Milwaukee sait que sur l'outillage à main, il est face à des mastodontes (Facom ou KS Tools) et que pour challenger les leaders du marché EPI, il devra renforcer son offre. Pour accompagner ses objectifs de croissance, le staff de huit commerciaux auto devrait être prochainement gonflé. ●

r.thirion@zepros.fr

Vite !

SALON

IDLP : vintage dynamique



Belle réussite pour le groupe qui exposait pour la 47^e édition du salon Rétromobile, qui a attiré plus de 125 000 visiteurs. Pour sa deuxième participation, IDLP a mis en avant ses sept ateliers spécialisés dans le contrôle et la réparation des systèmes d'injection essence et diesel d'ancienne génération ainsi que la gamme de pièces détachées Bosch Classic. Un engouement qui fait dire à son directeur général que « le véhicule historique est un vrai levier que nous allons continuer de travailler ».



MICHELIN

Balais d'essuie-glaces

La puissance de la marque.

Gamme balais plats.

Gamme balais conventionnels.

12 réfs
= 95%
du parc

13 réfs
= 90%
du parc





by Proxitech®

Vite!

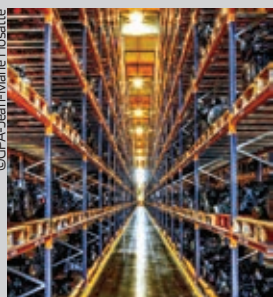
ÉCONOMIE CIRCULAIRE

B-Parts garantit deux ans...



La plateforme de e-commerce de pièces de réemploi (Stellantis) propose depuis début janvier une garantie de 24 mois pour les pros ayant un compte Reuse-Service Box (via les catalogues après-vente de Stellantis). Une nouvelle étape pour B-Parts qui annonce une activité en croissance de 108 % en 2022, plus de 2 millions de visiteurs uniques par mois sur le site issus de 155 pays, une offre sur sept familles de produits (5 millions de pièces) agrégés de stocks de huit pays européens (130 fournisseurs).

... GPA 26 aussi



Recycleur mais aussi acteur du e-commerce PRE, GPA offre désormais à ses clients une garantie de deux ans sur l'ensemble de ses pièces, y compris moteur et boîte de vitesses. Actif depuis maintenant 60 ans, GPA recycle 24 000 véhicules par an en moyenne, pour plus de 1 000 PRE produites par jour, 115 000 pièces auto en stock et 700 colis expédiés quotidiennement.

E-CATALOGUE

UFI Filters déploie la commande numérique

Le spécialiste de la filtration a récemment créé une nouvelle interface pour son catalogue en ligne qui permet à ses clients de se connecter à leur espace, qui recueille les commandes, les expéditions et les factures. Considérée comme un marché pilote, la France est le premier pays à accueillir la plateforme.

MARQUE PRIVÉE

AAG continue le déploiement de NAPA

Quatre ans après son arrivée, la marque privée de GPC s'installe bien en Europe.

« Une trajectoire à succès », résume Franck Baduel. Le CEO d'Alliance Automotive Group Europe est satisfait depuis l'arrivée en 2019 sur le Vieux Continent de NAPA, la marque privée de la maison-mère américaine du distributeur. Dernière étape en date: l'ouverture en février dernier de la péninsule ibérique (via Lausan et Soulisma). Ainsi, sur les neuf marchés où AAG est implanté*, seule la Pologne (pour l'instant) ne livre pas de NAPA, faute d'un outil logistique intégré. Un terrain de jeu qui a permis de passer de 40 M€ de ventes en 2020 à 300 M€ en 2022, avec l'objectif de 400 M€ cette année. Un CA multiplié par dix en moins de cinq ans, encore principalement poussé par les 750 filiales AAG. « L'offre est proposée aux distributeurs indépendants (2 500 affiliés aux réseaux portés par AAG et GAUI) et est en cours d'adoption par l'ensemble des adhérents. Et si certains ne souhaitent pas commercialiser cette offre, nous le respectons », consent Franck Baduel, soucieux de ne pas bousculer des indépendants qui restent libres de leur destin! « NAPA est un vrai facteur de différenciation. Nous travaillons la profon-



Franck Baduel, CEO d'Alliance Automotive Group Europe.

deur de gamme, la communication, le sponsoring, la continuité dans l'offre... et un stock extrêmement conséquent sur l'ensemble de nos plateformes. »

20% de part de marché atteignable

« NAPA représente 10% de la facturation d'AAG. Sur le marché européen, très orienté BtoB, nous avons la capacité de monter jusqu'à 20%. Mais ce n'est pas forcément une ambition. » Prudent, le directeur général n'envisage pas d'aller beaucoup plus

loin, à l'opposé des 80 % aux États-Unis. En cause, l'attachement des Européens aux marques premium et de la nécessité hautement stratégique de maintenir fort des partenariats historiques avec ses fournisseurs, porteurs d'un « know-how » d'autant plus vital que la mutation technologique de l'écosystème auto est en marche.

De prochaines étapes pour NAPA ?

Avec 30 lignes de produits, l'offre « européenne » est aujourd'hui

mature en VL et ne devrait s'enrichir qu'à la marge. « Cependant, développer en NAPA des segments de marché où nous opérons est un enjeu. » D'où le lancement d'une gamme PL, ainsi qu'une offre parapente dédiée aux carrossiers-peintres. Et à terme, un catalogue « Équipements de garage » sous le logo jaune et bleu devrait sortir des cartons. Peut-on imaginer des ateliers ou magasins badgés NAPA, à l'instar du modèle américain ? Aventure effectivement envisageable « pour les garages ». Mais là encore, pas question de casser les réseaux existants. « Notre réseau a une belle capillarité dans l'ensemble des pays où nous sommes présents. Mais construit par croissance externe, il reste très hétérogène au-delà des enseignes déployées dans le cadre de Groupauto International. Nous ne nous interdisons donc pas l'homogénéisation, tout en préservant une cohérence vis-à-vis de GAUI avec qui nous sommes partenaires partout, sauf en Allemagne. » AAG a clairement l'intention de capitaliser sur sa marque privée. ●

C. R.

* Italie, Royaume-Uni, France, Pays-Bas, Allemagne et Belgique, l'Espagne et le Portugal.

Version longue sur www.auto.zepros.fr

E-COMMERCE PR BTOB

Marketparts passe en mode transactionnel

Changement de business model pour la place de marché BtoB de vente de pièces auto. Objectif : fluidifier le business de ses clients. Créée en 2020

sur le modèle d'une mise en relation entre vendeurs (équipementiers et grossistes) et acheteurs distributeurs, la marketplace mondiale a étendu ses services en assumant l'intégralité des transactions depuis le 1^{er} février. Avantages pour les utilisateurs ? Exit la complexité d'une ouverture de compte chez un équipementier, de la gestion de la relation commerciale, de la facturation, des délais de paiement, de l'expédition, et des for-

malités douanières. Intérêt pour Marketparts : se connecter directement aux stocks des vendeurs afin de mettre en avant en temps réel les offres disponibles, soit les 26 millions de pièces (sur 10 millions de références), avec un objectif de 50 millions d'ici la fin de l'année. « Il s'agit de simplifier tous les points de friction des transactions et faciliter les opportunités de business », précise Christophe Riberolle, cofondateur et CEO de Marketparts.

Montée en puissance de la communauté

Active dans 125 pays, la marketplace annonce plus de 15 000

distributeurs inscrits (300 en 2020) et vise 20 000 à 30 000 clients d'ici la fin de l'année... Elle table aussi sur un gonflement du nombre de partenaires équipementiers – aujourd'hui une trentaine d'utilisateurs – tentés de s'appuyer sur elle pour conquérir de nouveaux marchés. Aujourd'hui, 60 % de l'activité est réalisée en Europe, avec en tête de pont la France « et des distributeurs qui utilisent de plus en plus notre canal en cas de rupture pour reconstituer leur stock ». 15 % du trafic se fait en Afrique, 14 % en Asie et les 11 % restants sur le continent américain. Et en mars et avril ouvrent



Christophe Riberolle, cofondateur et CEO de Marketparts.

deux filiales, aux États-Unis (Chicago) et en Inde (Chennai). De gros développements rendus possibles par la récente levée de fonds de 3,5 M€. ●

C. R.

Version longue sur www.auto.zepros.fr

ÉQUIPEMENT DE GARAGE

Reprise des actifs de Fog par Muller Automotive



L'entreprise industrielle française 100 % indépendante Muller Automotive annonce avoir repris les actifs de Fog fin janvier 2023. Elle assure donc le relais pour tout ce qui concerne le SAV, le dépannage et la maintenance des produits Fog. Les 2 000 clients Fog – plus de 15 000 contrats d'équipement sur 2 500 sites et plus de 2 900 lignes de contrôle technique équipées – peuvent donc continuer à utiliser leur matériel dans les meilleures conditions. Muller Automotive prend le relais avec 40 techniciens, sa hotline et son

centre de réparation interne, le dépannage et l'assistance SAV sur tout le parc Fog. Elle reprend aussi le contrôle de la SRV 039 (réglementation relative à la maintenance du matériel). Excellente nouvelle pour les clients Fog qui ne disposaient plus de soutien technique ou logistique depuis sa cessation d'activité en octobre 2022. En reprenant les actifs Fog, Muller Automotive a pris possession des marques, stocks, homologations, outillages, informatique et autres actifs industriels et intellectuels de l'entreprise. ●

Philippe Lamigeon

EUROPE

Septième acquisition espagnole pour PHE



Via AD Parts Intergroup, Parts Holding Europe (Autodistribution) annonce l'acquisition de 75 % du capital du distributeur AD Basconia (Pays basque espagnol). Une nouvelle brique vers le leadership ibérique. Après trois acquisitions en 2022, le groupe vient d'annoncer le rachat de 75,1 % de l'opérateur majeur du Pays basque qui aligne sept sites pour un CA 2022 flirtant avec les 20 M€, en croissance de 12,5 % par rapport à 2021. Une belle prise pour PHE qui ajoute ainsi une province au portefeuille d'AD Parts Inter-

group, couvrant désormais les provinces de Gérone, Barcelone, Navarre, Rioja, Castellon, Valence et maintenant Biscaye et Alava. De quoi porter l'entité espagnole de PHE à frôler 1 Md€ de CA et amener Stéphane Antiglio, président du directoire, de ne plus viser une position de « l'un des acteurs majeurs du marché espagnol », mais bien de « devenir l'un des leaders de ce marché. Depuis 2019, nous développons la présence du Groupe PHE en Espagne qui est un marché stratégique et en croissance. » ●

C. R.

LA MARQUE ALTERNATIVE





GAGNER

C'EST LIVRER LE 1^{ER}
LA BONNE PIÈCE!

 FREINAGE	 FILTRATION
 LIAISON AU SOL	 ALLUMAGE
 MOTEUR	 PIÈCES TECHNIQUES
 EMBRAYAGE	 ESSUYAGE

NOUVEAU

BALAIS D'ESSUIE-GLACE



www.myMGA.fr

Vite!

LOGISTIQUE

Amazon au capital de Gaussin



Après une commande passée en décembre dernier portant sur l'achat de 329 tracteurs électriques, Amazon va entrer au capital du fabricant français Gaussin. Le géant de la vente en ligne va recevoir des bons de souscription d'actions, représentant 20 % au maximum de l'entreprise. Une partie des tracteurs sera fabriquée sur le site de Saint-Vallier (71) ; une autre sera assemblée dans une nouvelle usine aux États-Unis.

CONSTRUCTEUR

L'entretien des camions DAF sous contrôle



Le constructeur DAF Trucks annonce avoir franchi le cap des 250 000 contrats d'entretien-réparation MultiSupport. Celui-ci a été signé par le transporteur germano-scandinave Baton Transport (400 camions et huit agences en Europe) pour un modèle XG. À travers les différentes formules de contrat MultiSupport, le distributeur DAF gère la planification et l'administration de l'entretien du (des) véhicule(s).

CONTRÔLE TECHNIQUE

La non-conformité en baisse en 2022

Sur 1,16 million de visites périodiques réalisées en 2022, 10,89% sont non-conformes, soit en légère baisse par rapport à 2021 (10,96%). Parmi eux, 9,08% ont fait l'objet d'une prescription de contre-visite pour défaillance majeure (stable par rapport à 2021), tandis que 1,81% l'ont été pour défaillance critique (1,87% en 2021). Toutefois, le taux de contrôles techniques ne présentant aucune défaillance baisse aussi, passant de 17,01% à 16,11%.

CONSTRUCTEUR

Avec COPAVI, Lenormant fait coup double!

Bon cru 2022 pour le groupe Lenormant ! Adeptes de la diversification, l'entreprise familiale boucle l'année sur un CA de plus de 170 M€ (vs 159 M€ en 2021). Et si le gros de l'activité reste la vente et l'entretien-réparation sous panneau Renault Trucks, l'activité multi-marque se développe également avec 8 M€ par an en pièces multi-marques. Même dynamique en matière de vente de pneumatiques : après avoir passé ses dix sites aux couleurs de Point S, « l'enseigne a crédibilisé cette activité, même si nous avions déjà le portefeuille client », confesse Nicolas Lenormant, coprésident du groupe. Résultat : les dix centres et les 350 colla-



Le groupe Lenormant est aujourd'hui présent sur les départements de l'Oise, la Seine-Maritime, le Val-d'Oise et désormais le Val-de-Marne.

borateurs dédiés à cette activité ont permis de générer un CA de 15 M€ l'an dernier. Au 1^{er} janvier

dernier, le groupe Lenormant intégrait un vingt-deuxième site PL à son maillage avec le rachat

de COPAVI (10 M€ de CA) à Créteil (94). Non seulement il met-tait un pied dans un nouveau département, mais il a aussi la particularité d'être implanté en ZFE. Pas de quoi faire fuir la famille Lenormant : « Le groupe va se servir de cette implantation géographique pour développer sa connaissance des véhicules lourds électriques. Il peut déjà capitaliser sur plus de 40 années d'expérience sur le marché de la manutention, où 80% des véhicules sont électriques. Et le site est proche de l'A86. Avant 8h00 et après 20h00, il sera en mesure de dépanner les véhicules thermiques qui transitent sur cet axe », détaille le dirigeant. ●

j.morvan@zepros.fr

SALON SOLUTRANS

Signature « verte » pour l'édition 2023



Solutrans réitère son Digital Show, donnant accès en distanciel aux conférences et contenus du salon.

La Fédération française de carrosserie, organisatrice de Solutrans, anticipe une édition 2023 qui sera encore mobilisatrice car axée sur l'impératif d'accélérer sur la transition énergétique. L'événement devrait attirer plus de 50 000 visiteurs et un millier d'exposants et marques. Et selon le premier bilan de l'organisateur, l'engouement est au rendez-vous avec 75 % de la surface d'exposition déjà réservée à neuf mois de l'ouverture des portes ! La signature « verte » de Solutrans 2023 est particulièrement

visible dans le choix de cinq thématiques de l'édition : nouvelles énergies, livraisons urbaines (les modes alternatifs), rétrofit, véhicule automatisé et pneumatique. Et pour accompagner cette ouverture vers de nouveaux horizons, le salon innove en ouvrant un espace inédit « Vélos Cargo » où une trentaine de stands présenteront les solutions apportées pour contrer les barrières ZFE-m. Une nouvelle famille du transport, qui aura sa catégorie dans les Innovation Awards 2023. ●

c.ridet@zepros.fr

WORLDSKILLS

La région AURA a son ticket pour la finale

L'Institut des métiers à Clermont-Ferrand a organisé les sélections régionales WorldSkills les 27 et 28 janvier. Dix candidats venant de plusieurs établissements de la région Auvergne-Rhône-Alpes (AURA) étaient en lice. « Dix inscrits pour le métier du PL, c'est bien par rapport aux éditions précédentes. Ils ont la passion du métier. À travers cette compétition, l'objectif est de faire découvrir le métier à

d'autres jeunes », indique Aurélie Gavaille-Alix, chargée de développement d'animation. Romain Le Roux, en BTS à l'Institut des Métiers, a gagné la médaille d'or. Après une préparation intensive, il représentera sa région lors des finales nationales du 15 au 16 septembre 2023 à Eurexpo Lyon. Puis, s'il décrochait une médaille d'or, il pourrait participer à la finale européenne. ●

Jean-Pierre Raynaud



Objectif flotte zéro sinistralité



PRIME D'ASSURANCE

Assurance : un poste en pleine inflation



Le contexte assurantiel des flottes VI, petites ou grandes, est de plus en plus tendu car la fréquence des sinistres joue un rôle très impactant. Aujourd'hui l'assurance véhicule arrive en troisième position dans les coûts d'exploitation d'une flotte, après le carburant et les salaires!

Un autre poste est aussi regardé de près par les exploitants : le budget lié à leur auto-assurance. Il s'agit des sinistres payés directement par la flotte et non pas par la compagnie assurance. L'enjeu est de taille pour contenir la hausse des primes d'assurance. C'est pourquoi nous mettons en place le « Programme Keep'Eyes », en lien avec la réglementation européenne 2019/2144 et le rapport de l'ONU "Sauvez des vies", qui va leur apporter un pack complet de solutions (équipement de détection + assurance). Objectif zéro sinistre!

SINISTRE VÉHICULE

Des coûts masqués importants!

L'impact financier pour une flotte suite à un sinistre de véhicule peut atteindre deux à trois fois le montant payé par la compagnie d'assurance. Les conséquences sont nombreuses comme l'embauche de personnels dédiés au traitement des sinistres. Le programme Keep'Eyes aidera à traiter les causes.

AUTRES COÛTS INDIRECTS SUITE À UN SINISTRE		Fréquence	Coûts
Conducteur	Temps de non disponibilité	+	++
	Remplacement par intérimaire	+	+++
	Arrêt de travail	+	+++
	Augmentation de l'indice AT	+	+++
Véhicule	Véhicule de remplacement	+++	++
	Acheminement d'un autre véhicule	+++	+
	Baisse de la valeur du véhicule accidenté	+++	++
Gestion interne	Temps passé à l'enregistrement	+++	+
	Temps passé à l'analyse	+++	++
	Temps passé lié aux déclarations	+++	+
	Temps passé pour l'expertise	+++	+
	Temps des missions comptables liées	+++	++
	Temps de réorganisation - conducteur & véhicule	+++	++
Amende & condamnation	Contraventions	++	+
	Frais & contentieux	+	++
	Frais de justice	+	+++
Impact immatériel & social	Image de marque	+++	+++
	Perturbation dans la production - retard	+++	+++
	Perte de compétence - intérim	++	+++
	Climat social de l'entreprise	+++	+++

Les coûts indirects d'un sinistre sont deux à trois fois supérieurs aux coûts supportés par l'assureur.

KEEP'EYES

Une nouvelle marque déjà complète

L'objectif est de rendre visible notre action menée au plan national pour aider les flottes à mieux maîtriser les risques routiers et leur sinistralité et, par voie de conséquence, leur police d'assurance.

Avec Keep'Eyes, ITTM Solutions est en mesure de répondre à l'équation suivante : comment équiper les flottes dans le traitement des angles morts et de leur sinistralité tout en réalisant des économies ?

La marque Keep'Eyes couvre quatorze configurations d'équipements possibles et évolutives pour tout type de véhicule et d'application, du véhicule utilitaire au poids lourd en passant par le bus et le TP.



LES PARTENAIRES KEEP'EYES

Une fine équipe!

ITTM Solutions est heureux d'annoncer la mise en place du partenariat exclusif avec un courtier d'importance mondiale qui s'implante fortement en France, spécialiste des flottes d'entreprise. Avec plus de 170 collaborateurs, notre courtier figure dans le Top 15 des courtiers français! La combinaison de leur grande expertise en matière de traitement d'assurance et de sinistralité conjuguée à nos solutions va permettre aux flottes une meilleure maîtrise des risques routiers par des solutions adaptées et personnalisées.

Pour compléter notre dispositif avec les partenaires, nous ajoutons aussi un acteur financier. Parce que les marges de manœuvre financière des flottes sont de moins en moins grandes, nous avons aussi la capacité de financer les solutions d'équipement par la location et soulager ainsi les trésoreries. Nous regardons aussi attentivement ce qui se fait en matière de subvention ou d'appels à projets qui permettraient d'aider les flottes à s'équiper.

RENCONTRES

Et si on en parlait ?

En 2023, le lancement du programme s'appuiera sur deux événements dans le monde du VI, dont le lancement officiel du programme Keep'Eyes qui aura lieu début juin et où seront invités plus de 200 décideurs

(fédérations, groupements de transport, flottes, assureurs et associations). L'objectif est un lieu d'échange pour la profession et de présenter les solutions dans le traitement de la sinistralité dans ses différentes formes. Des véhicules, équipés pour l'occasion, permettront des démonstrations dynamiques sur site. Nous vous donnons rendez-vous sur Solutrans 2023 en novembre à Lyon.



CONTACT

Mail : accueil@ittm-solutions.fr

Web : www.ittm-solutions.fr - Tél. : 05 32 10 87 37



Vite!

UTILITAIRES

Bonne cote pour les e-VU



Selon l'ACEA, les ventes de VUL en Europe ont chuté de 18,1 % par rapport à 2021, à moins de 1,28 million d'unités. Si les ventes de véhicules diesel sont en baisse de 21,9 % (1,1 million d'unités), la dynamique est inverse pour les nouvelles énergies. Les ventes de VU électriques ont bondi de 42,5 % quand les hybrides rechargeables ont augmenté de 23,9 %.

LOGISTIQUE

Plateforme PR pour Daimler Truck



Daimler Truck annonce la création de Global Parts Center, une plateforme logistique centrale pour Mercedes-Benz Trucks. Située à Halberstadt (Saxe-Anhalt), sa construction débute cette année et devrait durer trois ans. Le site livrera la vingtaine de centres logistiques régionaux dans le monde, qui alimenteront 3 000 distributeurs dans plus de 170 pays. Halberstadt gèrera aussi la logistique des pièces Fuso en Europe.

VUL

Norauto et Maxus partenaires

La marque du groupe chinois SAIC va confier à Norauto l'entretien et la gestion de la garantie pour ses VE commercialisés en France au printemps prochain (eDeliver 3 et 9). Les interventions seront réalisées par des électrotechniciens formés au sein de l'Academy Norauto à Villeneuve-d'Ascq (59). L'enseigne devient ainsi réseau officiel d'entretien-réparation d'une marque automobile.



ENQUÊTE

Des transporteurs tournés vers la transition énergétique

Selon une enquête réalisée par AddSecure, spécialiste de la connectivité, auprès de plus de 300 entreprises de transport, 83 % d'entre elles se disent prêtes à passer à l'électrique. Cependant, les véhicules lourds seront remplacés moins vite que les VL et VUL. À horizon cinq ans en effet, les répondants déclarent à 60 % que plus de 10 % de leurs VL seront passés à l'électrique. La proportion atteint 40 % pour les VUL et 30 % pour les PL. AddSecure note que les projets de verdissement des flottes sont plus de deux fois plus rapides au sein des grandes flottes que des plus petites.

L'électrification en marche mais...

Le passage à l'électrique pose toutefois question. Parmi les



Selon AddSecure, la data va prendre une importance grandissante dans le succès de la transition énergétique chez les transporteurs.

freins, les professionnels sondés citent l'autonomie des véhicules... Un défi jugé important voire très important pour plus de 90 % des répondants. Il est suivi du coût élevé de l'électricité (plus de 85 %), du manque d'infrastructures de recharge et du coût élevé des véhicules. Les transporteurs

restent donc pragmatiques. Près de la moitié d'entre eux (44 %) déclare ainsi que réduire leur empreinte carbone passera par plusieurs technologies (électrique et carburants alternatifs). 22,8 % considèrent même qu'ils n'utiliseront que ces derniers, contre 11,6 % seulement des VE!

Parmi les alternatives, l'hydrogène semble la solution la plus envisagée (35,3 % des réponses), devant le biodiesel (31,7 %). Conjoncture ou pas, les solutions gaz GNC et GNV, avec respectivement 13,4 et 9 % des réponses, ne semblent plus avoir la cote. ●

J. M.

LOCATION

Fraikin, loueur multi-marque et multi-énergie



Le loueur se penche également sur la solution du retrofit. Certes chère, elle présente des délais autrement plus courts que l'achat de VN...

En route vers la transition énergétique : le loueur multi-marque (60 000 PL, semi et VUL en compte) totalise aujourd'hui 1 600 véhicules à énergies alternatives, dont 40 % de GNV, 35 % électriques, 10 % avec des biocarburants, le reste étant composé de véhicules hybrides ou GPL. En parallèle, le Fraikin Lab a mené près d'une trentaine de tests indépendants sur ces véhicules. Objectif : « Confronter leur autonomie "officielle" à celle constatée à travers leur utilisation en conditions réelles d'exploitation, et offrir ainsi

une photographie précise des capacités du véhicule, en fonction de son équipement, pour proposer la solution la plus adaptée au profil du client », explique Olivier Couderc, manager marketing du pôle Transition énergétique. Fraikin plaide pour une approche multi-énergies car les VE ne peuvent répondre à tous les besoins. En tout état de cause, le verdissement des parcs ne sera que (très) progressif : « 10 % de nos commandes enregistrées en 2022 concernent les énergies alternatives », analyse Olivier Couderc. ●

J. M.

FORMATION

AD Poids Lourds et AAG font école

Les deux groupements se sont rapprochés d'organismes de formation pour pallier le manque de mécaniciens VI. AD Poids Lourds a une centaine de postes ouverts et Alliance Automotive Group plus de cinquante sur ces métiers en tension. La première rentrée de l'école AD Poids Lourds a eu lieu le 20 février dernier au CFA Isaac de l'Étoile, à Poitiers (86). Une dizaine d'alternants de 20 à 41 ans va y suivre une formation diplômante de « Technicien

expert après-vente » d'une durée de treize mois. AAG annonce pour sa part l'ouverture d'une classe de bac pro « Maintenance de véhicules de transport routier » en partenariat avec l'Afrtal et le campus de Tremblay-sur-Mauldre (78). La formation, elle aussi gratuite et rémunérée, est dispensée sur trois ans. Ces classes visent à développer les compétences des alternants sur les motorisations alternatives. ●

J. M.



LA CRÈME DE L'INFO

à l'heure du petit-déjeuner



Toute l'info matinale pour
tous les pros de la mobilité.

AMTODAY By **ZEPROS**
L'AFTERMARKET À LA SOURCE

www.am-today.com

Contact annonceurs :
Benjamin Huet
Directeur de Publicité
Tél. : 07 61 44 60 52
b.huet@zepros.fr

La sélection de la rédaction

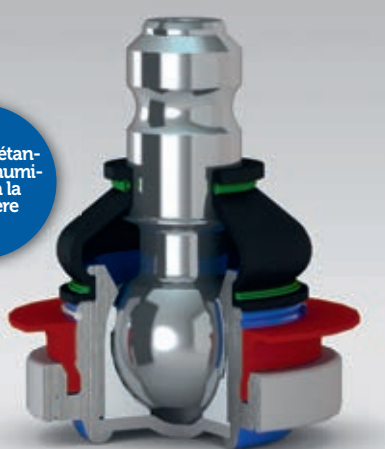
- PIÈCES DE RECHANGE
- OUTILLAGE
- CARROSSERIE
- ACCESSOIRES
- SPÉCIAL POIDS LOURDS

SIDEM

Joint à rotule au design breveté

Présent sur certains modèles de véhicules équipés d'un bras oscillant de guidage, le joint à rotule peut poser des problèmes lorsqu'il s'agit de l'enfoncer, notamment quand le matériau du bras est étiré du fait de multiples remplacements. Sidem résout le problème en proposant un joint à rotule qui, une fois enfoncé, se verrouille de lui-même grâce à un large collier extérieur. Résultat : une fois la pièce enfoncée, elle ne peut plus sortir ! Pour plus de résistance, les pivots et goujons sont en acier chromé. La rotule est dotée d'une housse anti-poussière en caoutchouc chloroprène résistant aux substances chimiques, sans risque d'affaissement de la base de la housse au fil du temps. Proposé en deux références : 5782 R pour Dacia Logan, Dacia Sandero et Lada Largus ; 5783R pour Renault Talia, Dacia Lodgy et Dacia Logan MCV 2.

Meilleure étanchéité à l'humidité et à la poussière



www.sidem.eu

ZF

Plaquette de frein sans cuivre pour VE



La gamme de plaquettes de frein TRW Electric Blue (disponible en 60 versions) pour véhicules électriques est doérement proposée sans cuivre. Outre cette avancée, ces plaquettes sont composées en moyenne de 13 % de matériaux recyclés et ne comptent aucun solvant organique. Résultat : une réduction supplémentaire de l'abrasion lors du freinage. Petite couche écoresponsable supplémentaire : l'emballage traditionnel en polyéthylène des plaquettes est remplacé par un matériau biologique.

www.zf.com

TELWIN

Équerre-ventouse de redresseage

Sur roulettes et ne pesant que 41 kg, l'équerre de redresseage T-Raction 250 présente l'avantage d'être mobile. Branchée sur l'air comprimé du garage, elle adhère au sol grâce à un effet ventouse de 6 bars au niveau du socle de l'appareil, assurant ainsi le point d'appui lors du levage de la pièce de carrosserie à traiter... à condition que la surface au sol soit suffisamment plane. Le système de traction est à manivelle et peut supporter jusqu'à 250 kg, sans aucun appui sur le véhicule ou sur la carrosserie.

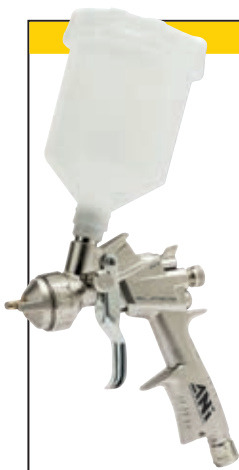


www.telwin.com

BERNER

Pistolet peinture à faible consommation d'air

Le pistolet peinture FI/N RP se caractérise par sa relative faible consommation d'air (minimum 180 l/min.), permettant ainsi son utilisation avec des compresseurs de petites tailles. Le corps de l'outil, moulé en aluminium, bénéficie d'un traitement de protection externe à base de fluoropolymères et de résines hautes performances, augmentant ainsi sa résistance à l'abrasion. Le gobelet d'alimentation par gravité de 500 ml est en nylon, avec une protection anti-goutte et un filetage BSP 3/8 mâle. Enfin, côté pulvérisation, la buse permet d'appliquer tous les types de peinture (pression de service : 4 bar).



www.shop.berner.eu

MEWA

Lavettes réutilisables



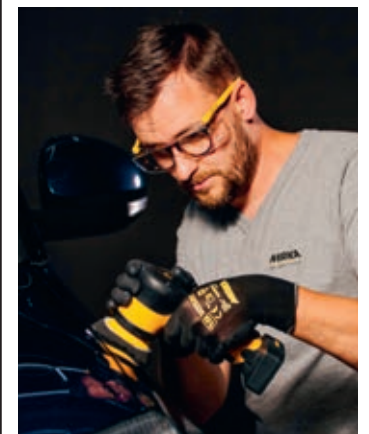
Grâce à son système de réutilisation, Mewa met à la disposition des ateliers des lavettes qui, une fois utilisées, sont lavées ou entretenues par le fabricant selon un rythme convenu à l'avance. Ces lavettes sont disponibles en quatre variantes, selon les besoins : robustes, douces pour les surfaces sensibles, extra-absorbantes ou en tissu microfibre. Une fois utilisées, Mewa se charge de leur nettoyage et peut les remettre à disposition de l'atelier jusqu'à 50 fois sans en altérer la qualité. De plus, leur entretien nécessite deux fois moins d'eau que lors d'un procédé de nettoyage conventionnel.

www.mewa.fr

MIRKA

Gants de sécurité

Intégrant la gamme parapeinture Essentials de Mirka, ces gants de protection sont disponibles en différentes versions selon leur utilisation, sans altérer la dextérité de l'opérateur. Les gants d'assemblage en nylon sans couture sont recommandés pour les travaux d'assemblage. Quant aux gants Cut-D, en polyéthylène haute performance et en fibre d'acier, ils protègent contre les coupures, notamment lors des travaux de ponçage, de polissage, de peinture...



www.mirka.com/fr

GLASURIT

Résine hydrodiluable... et écoresponsable

Le produit 100-MPT permet de recycler les restes de coloris qui, une fois mélangés à un durcisseur, peuvent être utilisés comme sous-couche sur des éléments neufs ou d'anciennes peintures. Il peut aussi servir de coloris pour la mise en peinture de l'intérieur d'éléments en donnant une finition mate. Une fois appliqué en « mouillé sur mouillé », le 100-MPT ne nécessite aucune étape de ponçage et sèche à l'air libre à une température de 20°C. Son temps de mise en œuvre est donc réduit jusqu'à 50% et les économies générées en termes d'ingrédients peinture sont diminuées de 19% en moyenne.



www.glasurit.com



Parole d'expert...



Jacques de Lesseigues,
Président-Directeur Général

S'il y a encore un doute sur la date à partir de laquelle les moteurs thermiques seront définitivement bannis à la vente en Europe (merci à l'Allemagne et à l'Italie pour leur positionnement plus courageux que celui de la France), il ne fait pas de doute en revanche sur le fait que le marché va basculer drastiquement vers les motorisations électriques.

L'électrique à marche forcée! Qu'on le veuille ou non, qu'on l'apprécie ou non; c'est déjà une réalité, et c'est maintenant qu'il faut s'y préparer. La première étape indispensable et obligatoire pour un réparateur qui veut intervenir sur un VE ou un VHE est de former ses collaborateurs afin qu'ils obtiennent les habilitations obligatoires pour intervenir sur ces véhicules.

Quelles habilitations faut-il avoir dans son entreprise et pour son personnel?



DAF Conseil propose cinq formations d'habilitation en fonction des types d'interventions à réaliser.

- Le BOL en e-learning ou en un jour en présentiel pour connaître les risques électriques et réaliser des opérations courantes et non-électriques sur un VE ou VH.
- B2XL opération batterie en un jour pour manipuler et débrancher des batteries avec des capacités sup. à 180 Ah et inf. à 60 volts CC.
- B2VL et BCL en deux jours pour mettre un véhicule en consignation et intervenir sur les éléments haute tension des véhicules hybrides et électriques.
- BEL/BRL en deux jours pour intervenir sur les véhicules VEH en phase de conception / présérie / prototype.
- B2TL en trois jours pour intervenir directement sur les packs de batteries haute tension.

Scannez-moi



Formation B2TL: travaux sous tension sur les véhicules électriques et hybrides



Les techniciens de l'atelier chargés de réaliser des travaux sous tension (TST) sur pack de batteries de véhicule électrique ou hybride doivent disposer obligatoirement d'une habilitation électrique B2TL. Depuis début 2023, DAF Conseil est agréé par le ministère du travail afin de dispenser la formation

B2TL pour préparer aux TST des véhicules électriques et hybrides. Cette formation permet d'intervenir directement sur les packs de batteries haute tension des véhicules électriques et hybrides afin, par exemple, de: mettre le véhicule en sécurité, déposer le pack de batteries du véhicule et l'ouvrir pour intervenir à l'intérieur, monter ou démonter des cellules, nettoyer les connectiques électriques et les barres Bus, remplacer les relais de puissance ou le BMS. À noter que si le pack de batteries n'est pas équipé de connectique IP2X, le technicien doit posséder une habilitation B2TL.

Scannez-moi



La découverte d'un pack de batteries de traction (TST) par DAF Conseil



plus dans sa nouvelle vidéo animée par Régis BODIN (responsable pédagogique).

Vous souhaitez en savoir plus sur la composition d'un pack de batteries de traction comme celui qui équipe la Citroën C-Zero, la Peugeot iOn ou encore la Mitsubishi i-MiEV? DAF Conseil vous en dit

Scannez-moi



La consignation électrique de la GOLF GTE par DAF Conseil

Le TECHNI'Boost est le rendez-vous incontournable à ne pas manquer! DAF Conseil diffuse tous les deux mois une vidéo courte sur un sujet précis dans le domaine de



l'automobile. Dans la nouvelle vidéo de DAF Conseil animée par Jean-Alain RABY (formateur), découvrez toutes les bonnes pratiques à appliquer pour consigner une GOLF GTE dans les règles de l'art.

Scannez-moi



Réparélec®, un label de qualité pour la réparation des véhicules électriques et hybrides

DAF Conseil lance Réparélec®, le premier label de réparation des véhicules électriques (VE) et hybrides (VH) du marché, à destination des réparateurs multimarques. L'initiative, soutenue par Mobilians, la FNA et la FFC Mobilité, les trois organisations majeures de la filière automobile, répond à un véritable besoin des MRA, carrossiers, centres autos ou pneumaticiens de se positionner sur la réparation de VE et VH et de faire valoir leur savoir-faire en la matière auprès de leurs clients. Très simple à obtenir, ce label permet



de rassurer les clients. Il leur certifie la capacité du réparateur indépendant à entretenir et réaliser tous types d'interventions sur leur VE/VH en dehors des interventions sur les batteries de traction.

Scannez-moi



Cette rubrique est VOTRE rubrique !

DAF Conseil accompagne notre nouvelle approche «DigiPrint», avec formations et informations techniques au bout de votre smartphone ! Si vous ne l'avez déjà fait, téléchargez une appli de lecture de QR code et le tour est joué : vous entrez dans l'univers complet de services et de produits dédiés à la performance de votre atelier !





LE CW1 KLEAN !FIT, UN RECYCLAGE 100% NATUREL.

Le portique de lavage **CW1 Klean !Fit** répond aux besoins des professionnels de l'automobile, loueurs comme concessionnaires.

Cette solution compacte s'adapte à tout environnement, y compris les espaces restreints et propose d'excellents résultats de lavage et de séchage, tout en garantissant un rendement optimisé.

Son système de recyclage WRB Bio, processus biologique naturel, assure une protection maximale des ressources. Un atout en situation de pénuries d'eau !

L'investisseur économise jusqu'à 100% d'eau potable et 98% d'apport en eau du réseau.

La qualité de l'eau recyclée est excellente et ce, pour un investissement durable.



Renouveler pour durer,
ensemble nous créons une empreinte forte pour un monde plus propre.

Plus d'informations sur [karcher.fr](https://www.karcher.fr)