

OMNICANAL : LA DISTRIBUTION AUTOMOBILE À LA TRAÎNE

Les réseaux automobiles peinent encore à intégrer les services en ligne dans leur dispositif de vente.

Le processus d'achat d'une voiture a été totalement bouleversé par le digital. Les futurs acquéreurs se rendent de moins en moins en concession, préférant chercher conseils et informations sur le web. Dans un parcours clients de plus en plus fragmenté, tout l'enjeu des enseignes est donc de multiplier les points de contact on et off-line avec l'automobiliste pour l'attirer sur le lieu de vente. Mais les distributeurs sont-ils prêts pour offrir une expérience client omnicanal ? Pas encore, si l'on en croit les résultats de la dernière enquête des Échos Études sur les stratégies phygiales dans la distribution automobile (août 2018) qui offre une vision globale des pratiques digitales en ligne d'un panel de 121 acteurs du secteur (groupes de distribution, constructeurs automobiles, mandataires et plates-formes web).

UN RETARD À COMBLER

D'après l'étude, 91 % des enseignes disposent d'un site en responsive design, un indispensable aujourd'hui. La possibilité d'estimer la valeur de reprise de son véhicule directement en ligne est également proposée par 65 % des distributeurs (100 % chez les mandataires). Mais pour les autres outils, la réalité est bien loin des effets d'annonce. Alors qu'ils peuvent constituer de véritables aides à l'achat, la réservation en ligne d'un essai ou la configuration du véhicule sont presque exclusivement l'apanage des constructeurs. Et moins d'un tiers d'entre eux ont intégré des vidéos en 360° à leur configurateur (5 % des concessionnaires). Dans le domaine de la relation clients, les espaces



d'avis consommateurs ne sont présents que chez 10 % des acteurs et le taux d'utilisation des Chatbots ne dépasse pas les 14 %.

UN MARCHÉ À DEUX VITESSES

Si des progrès restent à faire pour tout le monde, les distributeurs de véhicules d'occasion (VO) ont pris l'avantage sur leurs homologues de véhicules neufs (VN). Le financement en ligne est, par exemple, proposé par 45 % des acteurs du VO pour seulement 19 % des distributeurs de VN. Une avance que l'on doit surtout au poids des plates-formes de petites annonces comme Leboncoin ou Lacentrale qui ont imposé un référentiel en matière de fonctionnalité web, obligeant les autres acteurs à s'adapter. Ce sont, par ailleurs, les plates-formes de vente de VO, avec les mandataires, qui ont le plus avancé sur le sujet de la vente en ligne de véhicules. Une pratique encore embryonnaire, mais appelée à se développer...

Jean-François Leday, fondateur du réseau DBG Car Center

« NOUS SOMMES SPÉCIALISÉS DANS LE "SMART REPAIR" »

Créé en 2004 à Dijon, DBG Car Center soigne la « bobologie » automobile.

Interview de son fondateur.

Comment a démarré l'aventure DBG Car Center ?

Jean-François Leday : avant de lancer DBG (débosse grêle) Car Center en 2004, j'étais employé dans une grosse structure américaine spécialisée dans le débosselage sans peinture. J'ai alors eu l'idée de démocratiser cette prestation qui coûte très cher chez les carrossiers traditionnels. Très souvent, les automobilistes préfèrent ne pas réparer une bosse ou une rayure sur leur voiture pour des questions de prix. Chez DBG Car Center, nous sommes en mesure de leur apporter une vraie solution.

DBG Car Center

Le siège social de Dijon.



Qu'apportez-vous de nouveau sur le marché ?

J.-F. L. : nos tarifs sont 50 % à 60 % inférieurs à ceux pratiqués par les garagistes. Par exemple, nous réparons un petit coup de portière sur un parking pour 50 € seulement. Nous offrons un résultat de haute qualité et à moindre coût, tout en respectant l'environnement. Notre savoir-faire est unique. Nous ne sommes pas carrossiers, mais nous sommes spécialisés dans le « smart repair ». C'est un métier bien à part. Nous sommes sur une niche.

Expliquez-nous ce qu'est le « smart repair » ?

J.-F. L. : ce sont des « réparations intelligentes » sur de toutes petites surfaces de la voiture. Concrètement, nous proposons des prestations de débosselage sans peinture, de réparation de petites et moyennes rayures, mais aussi la préparation cosmétique des voitures. Il peut s'agir d'une remise en état du véhicule, d'un lavage, d'un nettoyage ou d'une rénovation dans le cadre d'une vente automobile... Nous revendiquons la place de n° 1 de la « bobologie » automobile. Nos prestations sont ultra-rapides. Elles durent entre un 1/4 heure et 2 heures. Nos techniciens se déplacent aussi parfois chez des carrossiers ou

à la demande de compagnies d'assurance dans des régions touchées par de grosses chutes de grêles, par exemple.

Le succès a-t-il été tout de suite au rendez-vous ?

J.-F. L. : le concept cartonne aux États-Unis, dans certains pays d'Europe ou encore en Australie. Dans ces pays, les gens ont déjà le réflexe d'aller voir leur centre spécialisé dès qu'ils ont une bosse ou une rayure sur leur voiture. En France, nous n'en sommes pas encore là. Cependant, nous percevons un réel intérêt pour le smart repair. Les automobilistes ne sont plus prêts à payer 300 ou 400 € pour une petite réparation. Ils cherchent des solutions alternatives. La demande est là, mais nous manquons de visibilité. Nous ne sommes pas agréés comme les carrossiers et la clientèle ne vient pas nous voir en cas d'accident de voiture. Tous les jours, nous sommes obligés de nous renouveler pour faire connaître notre métier, pour donner envie aux gens de venir chez nous. Nous investissons beaucoup dans le marketing digital, dans les réseaux sociaux. Mais nous n'avons malheureusement pas les moyens d'utiliser des outils publicitaires plus puissants.

Qui sont vos clients ?

J.-F. L. : au lancement de notre activité, nous n'avions quasiment que la clientèle professionnelle : les garagistes, les carrossiers, les concessionnaires, les marchands de voitures, les gestionnaires de flottes... Mais, au fur et à mesure, nous avons été sollicités par leurs clients particuliers. Aujourd'hui, 50 % de notre clientèle sont des particuliers. Nous aimerions désormais intéresser de plus



Jean-François Leday, fondateur de DBG Car Center

DR

FICHE D'IDENTITÉ

DÉNOMINATION
DBG Car Center

ACTIVITÉS
Débosselage, réparation de rayures, rénovation intérieure et extérieure de véhicules

SIÈGE SOCIAL
Dijon (21)

NOMBRE DE CENTRES EN FRANCE
6 dont 5 en franchise

en plus les compagnies d'assurance.

Avez-vous des concurrents sur votre activité ?

J.-F. L. : pas vraiment. Nous ne considérons pas les garagistes ou les carrossiers comme des concurrents, mais comme des clients. Il y a des indépendants qui font du smart repair, bien sûr, mais nous sommes les seuls à développer ce concept via un réseau en France.

Où en est DBG Car Center dans son développement aujourd'hui ?

J.-F. L. : nous avons lancé notre développement en franchise en 2016. Nous

comptons, à l'heure actuelle, 5 établissements franchisés en plus de notre siège social à Dijon : 2 en Normandie (à Caen et au Havre), 2 en Corse et 1 en Guadeloupe. En moyenne, un franchisé de DBG Car Center emploie entre 5 et 10 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 300 à 400 K€ par an. Mais un centre peut commencer avec 2 ou 3 employés. Chaque DBG Car Center est libre d'apporter des services complémentaires, en parallèle de l'activité de smart repair. Par exemple, notre franchisé au Havre a une grosse activité carrosserie en plus des prestations de DBG Car Center.

Pourquoi avoir choisi le développement en franchise ?

J.-F. L. : parce qu'il n'y en avait pas, tout simplement ! Je voulais me démarquer de tout le monde, en créant des centres de profit dans des villes de plus de 100 000 habitants. L'idée était de pouvoir offrir un service que les autres professionnels, y compris les grosses structures, ne proposaient pas.



« NOUS RECHERCHONS DES PERSONNES PASSIONNÉES PAR L'AUTOMOBILE QUI CROIENT EN NOTRE CONCEPT INNOVANT. »

Quel est le profil des candidats recherchés ?

J.-F. L. : parmi nos franchisés, la moitié sont des débosseurs confirmés qui ont préféré intégrer notre réseau plutôt que rester indépendants. Mais le métier reste ouvert à tous. Nous recherchons, tout d'abord, des personnes passionnées par l'automobile qui ont du cœur à l'ouvrage et croient en notre concept innovant. Après, nous nous occupons

de leur apprendre le métier. Tous nos adhérents suivent une formation technique de 2 mois minimum dans notre centre agréé de Dijon.

Étendez-vous votre activité à d'autres types de prestations ?

J.-F. L. : DBG Car Center est également distributeur exclusif des kits SSR® (Sprayless Scratch Repair) en France depuis une dizaine d'années. Il s'agit d'un procédé unique permettant de réparer les rayures peu profondes sur les carrosseries automobiles en moins de 15 minutes. Depuis 2 ans, nous lançons des master franchises en Europe, surtout en Europe de l'Est, pour vendre ces kits SSR® aux professionnels de l'automobile.

Nous sommes aussi franchisés du réseau de vente de véhicules d'occasion entre particuliers L'Agence Automobile. C'est une activité à part, exercée uniquement par notre siège social à Dijon. Nos clients nous demandaient de gérer la vente de leur voiture ou de leur trouver une occasion à acheter. C'est pourquoi nous nous sommes lancés dans cette activité de dépôt-vente automobile. Mais cela reste une toute petite partie de notre métier.

Quels sont vos projets à l'avenir ?

J.-F. L. : nous souhaitons constituer un réseau national. Nous visons 1 à 2 ouvertures par an. Le potentiel est énorme dans les grandes villes. Nous avons quelques demandes d'adhésion et des projets en cours, mais c'est un métier encore trop peu connu. Et il faut le temps de monter chaque projet, trouver un local, etc. Aujourd'hui, nous sommes, avant tout, à la recherche de partenaires financiers pour accélérer notre développement.

LA NOUVELLE PRIME À LA CONVERSION DÉPASSE SES OBJECTIFS

Depuis le début de l'année, 100 000 Français ont demandé à bénéficier du nouveau dispositif de prime à la conversion.

Entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2018, la nouvelle prime à la conversion a été mise en place par le Gouvernement pour répondre aux objectifs du Plan Climat porté par l'ex-ministre de la Transition écologique et solidaire, Nicolas Hulot. Le dispositif vise à encourager les Français à remplacer leurs vieux véhicules polluants par des voitures plus propres.



UNE AIDE FINANCIÈRE ALLANT JUSQU'À 2 500 €

La prime à la conversion permet aux automobilistes de bénéficier d'un montant de 1 000 € pour la mise au rebut de leur véhicule diesel immatriculé avant 2001 ou d'un véhicule essence immatriculé avant 1997. La prime monte à 2 000 € pour les ménages non imposables qui souhaitent mettre à la casse leur véhicule diesel dont l'immatriculation est antérieure à 2006 ou un véhicule essence datant d'avant 1997.

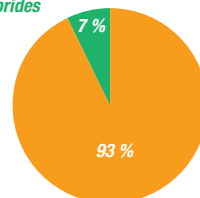
Quant aux acheteurs de véhicules électriques, ils bénéficient désormais d'une aide financière de 2 500 € pour l'acquisition d'un véhicule neuf et de 1 000 € pour un véhicule d'occasion ou portant une vignette Crit'air 1 ou 2 (2 000 € pour les personnes non imposables). La nouvelle prime concerne également l'achat des deux-roues électriques (100 € pour les ménages imposables et 1 100 € pour les non imposables).

UN SUCCÈS INATTENDU

Selon le bilan dressé par le ministère de la Transition écologique et solidaire le 6 juillet dernier, le nouveau dispositif a séduit davantage les foyers modestes. Au 1^{er} semestre 2018, 70 % des aides ont été accordées aux Français non imposables, et 60 % des dossiers ont concerné l'achat des véhicules d'occasion. Près de 80 000 véhicules ont été mis au rebut, dont 80 % à moteur diesel. Sur les 8 premiers mois de 2018, 100 000 demandes de primes ont déjà été déposées, soit l'objectif initialement fixé par le Gouvernement pour l'ensemble de l'année. Un succès inattendu après l'échec du dispositif précédent qui avait été lancé en avril 2015 !

Répartition des demandes de primes à la conversion au 1^{er} semestre 2018 par motorisation de véhicule acheté

Véhicules électriques ou hybrides



Véhicules à moteur thermique

SOURCE : MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOLIDAIRE

QUELLES ÉVOLUTIONS EN 2019 ?

Le barème d'émission de CO₂ des véhicules ouvrant droit à une prime est susceptible d'être revu à la baisse à partir de l'année prochaine.

MOBILITÉ

LES FRANÇAIS RESTENT ENCORE TRÈS LARGEMENT DÉPENDANTS DE LEUR VÉHICULE

Le spécialiste de la vente de voitures en ligne Aramisauto a dévoilé les résultats de son baromètre annuel « Les Français et l'automobile » en juin 2018. Ainsi, sur les 1 003 sondés, 88 % utilisent leur voiture au moins une fois par semaine, alors que 6 Français sur 10 la conduisent quotidiennement. Cette part monte à 70 % dans les zones rurales. Et si la voiture reste reine, c'est que 62 % des automobilistes estiment qu'ils n'ont pas d'alternatives accessibles et fiables pour leurs déplacements. En effet, les autres solutions de mobilité sont jugées peu flexibles par 41 % des sondés, une proportion qui atteint 54 % pour les habitants de petites villes. Dans les communes de plus de 100 000 habitants, c'est surtout le temps de trajet qui est un frein à l'utilisation des mobilités alternatives (43 % contre 37 % en France, en moyenne).

Concernant la motorisation, le diesel reste l'option privilégiée pour 46 % des acheteurs potentiels. Cette proportion atteint 58 % pour les automobilistes envisageant d'acquérir un véhicule d'occasion.



DISTRIBUTION VO

FACEBOOK OUVRE SA PLATE-FORME DE PETITES ANNONCES AUX PROFESSIONNELS DE L'AUTOMOBILE

En août 2017, Facebook a lancé dans l'Hexagone sa plate-forme de petites annonces de biens d'occasion réservée aux particuliers. Un an plus tard, l'entreprise de Mark Zuckerberg l'a ouvert aux professionnels de l'automobile.

Depuis le 12 juin 2018, les distributeurs ont ainsi la possibilité de diffuser leur offre de véhicules d'occasion dans la rubrique dédiée. Les annonces sont visibles auprès des utilisateurs en fonction de leur localisation.

La plate-forme permet aux acheteurs potentiels de filtrer les résultats de leur recherche selon plusieurs critères. Une fois le choix fait, l'internaute est mis en relation avec le vendeur pour finaliser la transaction sur son site web, par téléphone ou en agence. L'option d'envoi de messages au distributeur, via l'application Messenger, sera également bientôt intégrée.

Avec sa base qualifiée de 35 millions d'utilisateurs français, Facebook a de quoi séduire

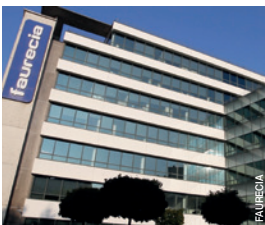
les professionnels de l'automobile. Le réseau social s'est ainsi associé à l'Argus et Aramisauto pour booster son offre en France. Désormais, toutes les annonces de VO présentes sur les sites du Groupe Argus sont automatiquement publiées sur le réseau social.

Quant à Aramisauto, ses véhicules vendus sur Facebook conservent leurs garanties classiques « satisfait ou 100 % remboursé » et « 1 an ou 15 000 km sans frais d'entretien ».

PARTENARIATS

FAURECIA VA PRENDRE LE CONTRÔLE TOTAL DE PARROT AUTOMOTIVE AVANT LA FIN 2018

Parrot et Faurecia mettent fin à leur alliance dans l'univers des voitures connectées. En mars 2017, les deux entreprises françaises avaient décidé de s'associer afin d'accélérer sur ce marché en plein essor. L'opération s'était traduite par une prise de participation de 20 % de Faurecia dans Parrot Automotive, filiale du groupe Parrot, avec l'objectif d'en prendre le contrôle majoritaire à partir de 2019. Mais les deux partenaires ont finalement convenu d'organiser la sortie du groupe Parrot dès la fin de cette année. La transaction serait réalisée sur la base d'une valeur d'entreprise de Parrot Automotive de 100 M€, identique à celle retenue lors de l'entrée de Faurecia au capital. Après avoir annoncé un chiffre d'affaires en baisse de 23 % au 1^{er} trimestre et des pertes nettes de 18,9 M€, Parrot a donc décidé d'accélérer sa stratégie de recentrage sur son activité de drones grand public et professionnels et de tirer définitivement un trait sur son métier historique, la vente d'équipements connectés pour automobiles.



FORMATION

PGA MOTORS OUVRE SA 1^{RE} ÉCOLE DE VENTE

PGA Motors, le 1^{er} groupe de distribution automobile en France, va ouvrir en octobre 2018 sa propre école de vente automobile. Baptisé Sellscar, le centre de formation sera implanté sur la Technopole du Futuroscope, au sein de l'actuel siège du groupe. Deux cursus seront proposés aux candidats, chacun se déroulant sur des cycles de 8 et 9 mois. L'un formera aux métiers de la vente de véhicules neufs et d'occasion. L'autre spécialisera les futurs vendeurs et experts de la relation clients dans le commerce d'après-vente.

Élaboré en partenariat avec le GNFA, centre de formation habilité par la branche des services de l'automobile, le programme prévoit, pour l'ensemble des élèves, une semaine d'intégration au siège du distributeur et 6 semaines de parcours découverte métiers au sein des concessions.

FINANCEMENT

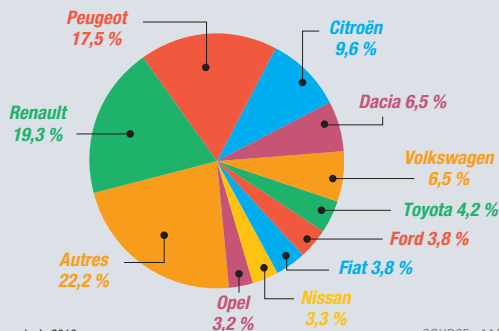
ALD AUTOMOTIVE ET DRIVY INNOVENT SUR LE MARCHÉ DE LA LOCATION LONGUE DURÉE

ALD Automotive, filiale de la Société Générale, et Drivy, plate-forme de location de véhicules entre particuliers, ont lancé, en juin 2018, une offre de location longue durée (LLD) incluant un service d'autopartage. Grâce à l'accord conclu entre les deux opérateurs, les utilisateurs de la plate-forme pourront acquérir un véhicule neuf en LLD auprès du loueur à un prix négocié, qui intègre un droit de sous-location sur Drivy. Disponible uniquement pour les citadines à motorisation essence et équipées de la climatisation, l'offre est proposée

à moins de 250 € par mois, sans apport. Selon les différentes simulations réalisées par les deux partenaires, ces frais de location pourront être couverts en 9 à 10 jours en sous-louant le véhicule sur la plate-forme.

À noter : *à travers ce partenariat, Drivy souhaite renouveler le parc de ses véhicules proposés à la location, tout en conquérant de nouveaux abonnés. Pour ALD Automotive, il constitue un pas de plus dans sa stratégie de capter le marché des particuliers.*

RÉPARTITION DES IMMATRICULATIONS DE VOITURES PARTICULIÈRES NEUVES PAR MARQUE*



* sur les 8 premiers mois de 2018

SOURCE : AAA-DATA

➔ +8,9%

Le taux de croissance des immatriculations de voitures particulières neuves en France sur les 8 premiers mois de 2018 par rapport aux 8 premiers mois de 2017.

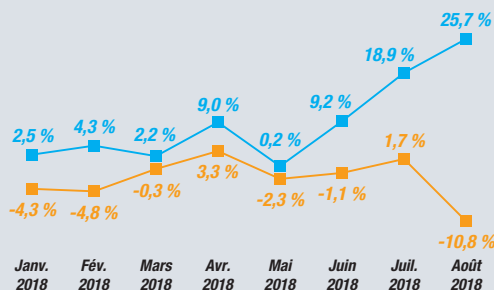
SOURCE : AAA-DATA

➔ 47,4%

La part des particuliers dans les ventes de voitures particulières neuves en volume sur les 8 premiers mois de 2018.

SOURCE : AAA-DATA

Taux de croissance des immatriculations de voitures particulières neuves et d'occasion



Janv. 2018

Fév. 2018

Mars 2018

Avr. 2018

Mai 2018

Juin 2018

Juil. 2018

Août 2018

■ Voitures neuves

■ Voitures d'occasion

SOURCE : AAA-DATA

➔ +47,1%

Le taux de croissance des immatriculations de voitures particulières neuves à motorisation essence en août 2018 par rapport à août 2017.

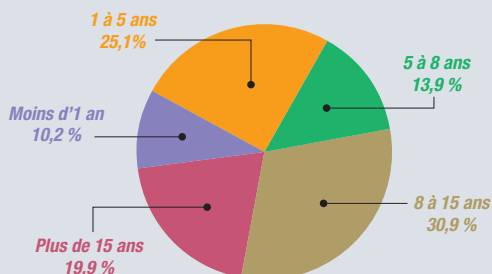
SOURCE : AAA-DATA

➔ -9,2%

La baisse des immatriculations de voitures particulières d'occasion en France sur les 8 premiers mois de 2018 par rapport aux 8 premiers mois de 2017.

SOURCE : AAA-DATA

RÉPARTITION DES IMMATRICULATIONS DE VOITURES PARTICULIÈRES D'OCCASION PAR ÂGE*



* sur les 8 premiers mois de 2018

SOURCE : AAA-DATA