



LA PRESSE EN PARLE





www.decisionatelier.com

TOUTE L'INFORMATION POUR L'UNIVERS DU GARAGE

Au sommaire du numéro en cours :


- Enquête** : Informatique de gestion, vers plus
- Interview** : Gilles Marconnet, marque RM
- Atelier** : L'entretien des valves pneumatiques
- Commerce** : Pneumatiques, croissance de la
- Comparatif** : Les analyseurs de gaz
- Pièces** : Vernis, la course au meilleur prix

Actualités | Produits | **Services** | Magazine | Librairie | Equip' Garage | Poids Lourds | Forum

[Accueil](#) > [Services](#) >

**La Journée du Géomarketing**
Vers une Nouvelle Tectonique des Territoires
avec    


Inscrivez-vous vite à l'atelier automotive

 Lundi 14 mai 2012

 **L'enjeu d'adapter son stock de pièces à son secteur**

 par Fabio CROCCO



Salesfactory Automotive, spécialiste des bases de données commerciales, intègre un nouvel outil de calcul prévisionnel des stocks au niveau départemental au sein de sa base " parc automobile ". Cette intégration répond à l'hétérogénéité du parc d'un département à un autre, rendant les données nationales insuffisantes pour déterminer un stock de références optimal

sur un département ou une région. « Si nous prenons pour exemple le véhicule Citroën Xantia sur les départements limitrophes de la Mayenne et de la Sarthe, nous constatons que le premier compte 1059 Xantia pour 2812 pour le second bien que proches tant sur le plan géographique que sur celui de la population. Il est donc primordial d'avoir le plan géographique pour déterminer la population et c'est un capital pour la recherche de faire de l'optimisation de la gestion des stocks à un niveau local, un atout différenciant et un facteur clé de succès » explique Renan Bullier, directeur commercial de Salesfactory Automotive. La typologie du parc est un enjeu majeur de la réparation pour optimiser les stocks de pièces chez les distributeurs au niveau local par département. Aujourd'hui, l'équipementier comme le distributeur doit développer ses ventes en limitant les stocks et les invendus, réduire au maximum les livraisons en urgence et éviter les ruptures des références incontournables qui font rater des ventes et peuvent nuire à la fidélisation du client final. « Chaque matin, quand un garagiste contacte son distributeur, 1 fois sur 6 ce dernier n'a pas la pièce. Ce sont donc des ventes manquées pour le distributeur comme pour l'équipementier qui représentent de 5 à 15 % de leur chiffre d'affaires » constate Renan Bullier.



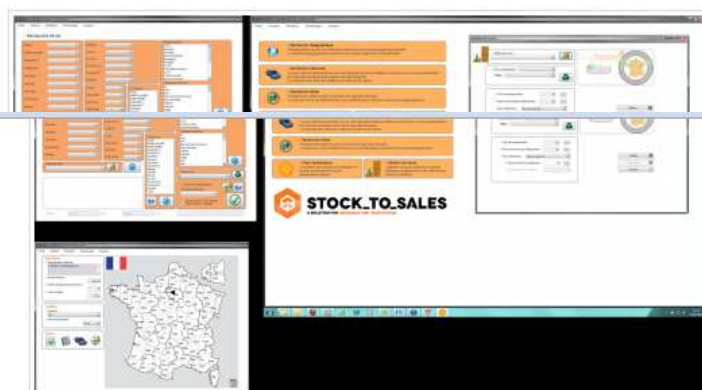
Accueil > actualités automobile > Actualités après vente >

Retour

AIDE À LA VENTE

Stock To Sales optimise le stock PR des distributeurs


Diffusé le 18/05/2012 06:45



Baisse de l'activité, augmentation des coûts de gestion des stocks, du nombre de références et hétérogénéité du parc roulant français, tels sont les paramètres que doit prendre en compte le distributeur de pièces aujourd'hui pour piloter son activité. Le dernier point est de taille. Il est actuellement difficile de déterminer un stock de références optimal sur un département ou une région en s'appuyant sur les données nationales. « La Mayenne compte par exemple 1059 Xantia tandis que la Sarthe, département limitrophe et proche en termes de population, en compte 2812 » relève ainsi Salesfactory, spécialisé dans les bases de données auto. Le spécialiste a donc affiné sa base de données "Parc Automobile" avec un nouvel outil de calcul prévisionnel des stocks au niveau départemental. Stock To Sales détermine le stock optimum d'un distributeur en fonction de sa zone de chalandise en utilisant toutes les données du parc roulant. L'outil est déjà utilisé par Bérus, Bosch, Bridgestone, NGK, SNR ... Ses arguments : Aujourd'hui, l'équipementier comme le distributeur doit développer les ventes en limitant les stocks et les invendus, réduire au maximum les livraisons en urgence sur les plateformes régionales couteuses et éviter les ruptures des références incontournables qui font rater des ventes et peuvent nuire à la fidélisation du client final... « Chaque matin, quand un garagiste contacte son distributeur, 1 fois sur 6 ce dernier n'a pas la pièce. Ce sont donc des ventes manquées pour le grossiste comme pour l'équipementier qui représentent de 5 à 15% de leur chiffre d'affaires ».

Tags : [BPA](#), [Sales factory](#), [Stock to sales](#),

RECHANGE & RÉPARATION, MAI 2012



The screenshot shows the homepage of the 'Rechange & Réparation' website. The header features the logo and navigation menu. The main article is titled 'STOCK-TO-SALES AIDE AU STOCKAGE' and discusses the importance of stock management in the automotive repair industry. Below the article, there is a section for 'STOCK-TO-SALES' with a list of features and a sidebar with a 'Gestion' menu.

Rechange & Réparation
Le portail du Journal de la Rechange & de la Réparation

EN CE MOMENT : Fonderie du Poitou : plan social limité à 53 départs volontaires (syndicats)

RECHANGE Par Clotilde Chenevoy, le 10/05/2012

STOCK-TO-SALES AIDE AU STOCKAGE

Dans un contexte d'explosion des références, maîtriser son stock, et surtout disposer de la bonne pièce au bon moment, devient incontournable. Le nouvel outil de Salesfactory Automotive vient justement répondre à ce besoin, en déterminant le stock optimum d'un distributeur en fonction de sa zone de chalandise.

STOCK-TO-SALES
A SOLUTION FOR GEOMARKETING YOUR STOCKS

- Recherche Géographique: Représentation du parc de véhicules roulant dans une zone géographique donnée. La sélection géographique est validée à et niveau régional ou départemental.
- Recherche Véhicules: Le parc national représenté sur une carte départementale et mettant en avant la sur ou sous représentation des véhicules analysés dans chacun des départements. La sélection des véhicules s'effectue à l'aide de 20 critères.
- Recherche Mixte: Évaluation de la taille du parc en fonction de l'âge des véhicules. La sélection se fait simultanément sur les caractéristiques véhicules et les zones géographiques.
- Recherche Mixte: Évaluation de la taille du parc en fonction de l'âge des véhicules. La sélection se fait simultanément sur les caractéristiques véhicules et les zones géographiques.
- Flash distributeurs: Évaluation des achats d'un distributeur en fonction du potentiel de la zone géographique retenue.
- Gestion de stocks: Définition du stock optimal pour chaque distributeur et détermination des références à stocker ou destocker.



Sur les départements limitrophes de la Mayenne et de la Sarthe, proches tant sur le plan géographique que sur celui de la population, le parc roulant se compose de 1 059 Citroën Xantia pour le premier, contre 2 812 pour le second. Face à cette diversité du parc roulant, Salesfactory Automotive a fait évoluer sa base de données BPA pour fournir un nouvel outil à destination des équipementiers et des distributeurs.

Ainsi, Stock-To-Sales est à la fois une base de données de référence du parc roulant automobile français par département (BPA), et un outil de calcul prévisionnel des stocks au niveau local fonctionnant sous le standard Windows.

Les clients accèdent donc à toutes les données, actualisées annuellement, du parc VL et VUL, couvrant plus de 99 % du parc roulant. Et selon la zone de chalandise, le distributeur peut ajuster son stock en fonction de la demande potentielle basée sur le parc roulant, et ce, par famille de produits (bougies, plaquettes de freins, etc.), sous un format de tableau Excel.

"Stock-To-Sales permet aux équipementiers, comme Beru, Bosch, Bridgestone, NGK, ou encore SNR qui sont déjà utilisateurs, de mettre ou de remettre de la mesure et du conseil, dans sa relation locale avec son client distributeur", conclut Renan Bullier, directeur commercial de Salesfactory Automotive.

REVUE DE PRESSE

apres-vente-auto.com
le site d' **APRÈS-VENTE**

Accès membres
Identifiant
Mot de passe
OK [Mot de passe oublié ?](#)
[Identifiant oublié ?](#)
[Créer un compte](#)

Bosch, le multi-spécialiste de la rechange automobile


accueil **actualité** **réseaux** **pièces** **atelier** **carrosserie** **dossiers**

Bosch, le multi-spécialiste de la rechange automobile






Accueil > pièces > Actualités pièces > Stock to sales : la nouvelle arme d'optimisation des stocks

Partager sur :
[f](#)
[t](#)
[b](#)
[f](#)
J'aime 0

Réagissez !

Stock to sales : la nouvelle arme d'optimisation des stocks

Jeudi, 10 Mai 2012 14:17

Sales Factory lance Stock_to_Sales, une solution géomarketing qui permet aux équipementiers d'optimiser la gestion des stocks de leurs clients distributeurs...



Stock_to_Sales, la nouvelle solution géomarketing proposée par Sales Factory, entend répondre à plusieurs exigences qui se posent avec de plus en plus d'acuité aux équipementiers comme à leurs clients distributeurs : comment optimiser réellement son stock face à la baisse du nombre d'entrées atelier, à une concurrence toujours plus intense et à la multiplication du nombre de références ? Une multiplication qui s'avère un véritable casse-tête pour les distributeurs à l'heure de passer des commandes auprès de leurs fournisseurs équipementiers...

Selon Renan Bullier, directeur commercial de Sales Factory, «pas moins d'une vente sur six est ratée faute de disposer de la bonne référence dans son stock» ! Une gestion des stocks dont le coût est en constante hausse, et dont certaines références ont parfois bien du mal à partir des étagères...

C'est dans les vieux pots que l'on fait les meilleures confitures, dit-on. Stock_to_Sales prend pour base Base Parc Auto (BPA), un outil lancé dès 2006 et qui permettait d'obtenir une photographie du parc roulant au niveau régional. Bendix avait été l'un des premiers équipementiers à l'utiliser, dès 2009. Car savoir quels véhicules roulent dans la zone de chalandise de son client constitue en effet un préalable indispensable à l'optimisation d'un stock, surtout lorsque l'on commercialise des lignes de produit comptant plusieurs milliers de références.

Les sujets qui vous passionnent
Le "Best Of" du mois (31 derniers jours)
Le "Best Of" de l'année (365 derniers jours)

Vous recherchez un article ?

Tapez vos mots-clés...

Rechercher

VOUS AVEZ LA PAROLE

Régulièrement, [apres-vente-auto.com](#) vous donne la parole

Abonnez-vous gratuitement

La e-news

Simple comme un clic...
Mais Stock_to_Sales est bien plus que cela. Après six années d'existence, l'outil est aujourd'hui très abouti, car très opérationnel tout en sachant rester simple. Il permet au client équipementier d'y intégrer l'ensemble de son offre produit : lors d'une préconisation de stock avec un client, il lui suffit de renseigner quelques champs d'information (part de marché du distributeur notamment), de sélectionner un département donné, une famille de produit précise (plaquettes de frein, filtre à huile, etc.) et Stock_to_Sales, en 'croisant' les références de l'équipementier avec le parc local, édite automatiquement sous format excel (donc exportable) une préconisation de stock des références et des volumes de pièces à stocker.

Exit les estimations à la louche du parc local en se basant sur les données nationales ! «Stock_to_sales s'avère un outil qui permet un véritable partenariat gagnant-gagnant entre l'équipementier et son client distributeur, explique Renan Bullier. Pour le distributeur, il 'façonne' ses commandes de pièces selon le parc roulant en local et il ne commande que des références qu'il est sûr de vendre ; pour l'équipementier, Stock_to_Sales permet d'apporter vis-à-vis de son client une valeur ajoutée en termes de conseil et de service.»

Sa sortie, traditionnellement en tout début d'année, s'est faite cette année en mars afin d'intégrer les données au parc roulant français au 31 décembre dernier et ce, afin de proposer une photographie la plus fidèle possible du parc roulant à l'heure actuelle : il recense en effet plus de 36 marques et plus de 9 000 versions de véhicules couvrant plus de 99% du parc.

Jérémy Morvan



APRÈS-VENTE-AUTO, MAI 2012

salesfactory

REVUE DE PRESSE

L'actu auto du jour en 12 clics

- [PSA va investir 40 millions d'euros dans son usine rennaise. De quoi rassurer les salariés inquiets après l'annonce du déménagement de la production de la C5 ?](#)
- [La nouvelle Opel Zafira pourrait être produite en France. Une révélation le jour où PSA annonce des investissements lourds à Rennes... Est-ce un simple hasard ?](#)
- [La production mondiale des deux constructeurs français diminue de 6,9 % au premier trimestre... Renault produit plus que PSA au niveau mondial. La tendance s'inverse au niveau national](#)
- [Claude Cham a été réélu président du SFEPA et de la Fiev pour un second mandat de trois ans](#)
- [Salesfactory Automotive crée Stock To Sales. Ce logiciel permet de maîtriser le stock de pièces de rechange en répertoriant 99 % du parc roulant et donc d'anticiper les besoins des clients](#)
- [Selon la Fiev, la production des équipementiers en France a reculé de 6 milliards d'euros au premier trimestre, encore un contre-coup de l'arrêt de la prime à la casse](#)
- [Volkswagen et IG Metall ont entamé des négociations sur les salaires. Le](#)



[argusauto.com](#)
[VENDRE](#)
[ACHETER OCCASION](#)
[ACHETER NEUF](#)
[LA COTE ARGUS](#)
[L'ACTUEL](#)

[Les occasions](#) | [Les essais](#) | [Les comparatifs](#) | [Les nouveautés](#) | [Les dossiers](#) | [L'argus en kiosque](#) | [Emplois & Carrières](#) | [Jeu concours](#) | [Salon 4x4 Val d'Isère](#)

ACTUALITE

vous êtes ici : actualité auto > 3 questions à

Jeudi 22 Février 2007

Renan Bullier Responsable Activités automobiles de Sales Factory, auteur du recensement 2006 des agents et MRA

Les garagistes de quartier constituent encore les maillons essentiels de la réparation automobile. Tout automobiliste y a recours mais comment évoluent-ils globalement ? L'agence de marketing opérationnel Sales Factory en effectue le recensement depuis 2003, mais suit l'évolution de ce marché depuis 1992. Elle vient de rendre publique sa dernière mise à jour. Cette interview a déjà été mise en ligne le 8 février. Un incident de formatage avait occulté une partie du texte.

EN SAVOIR +

■ Galerie photos

"Notre enquête confirme que la pluri-activité est pour les réparateurs une voie de préservation de leur existence"

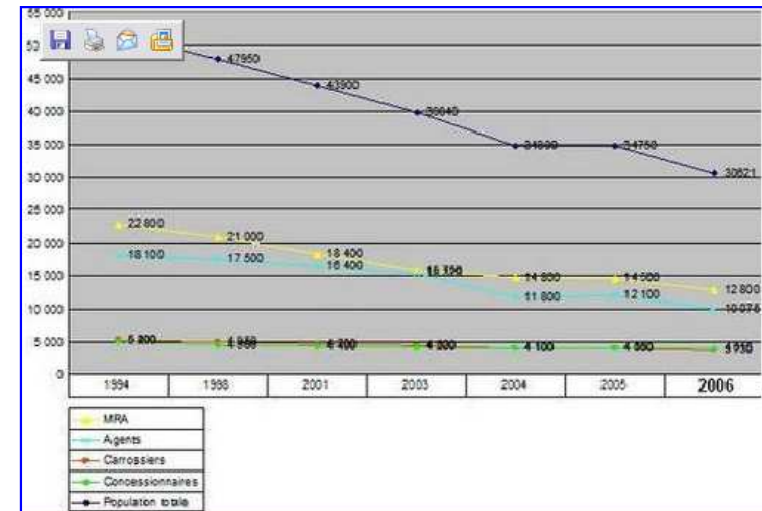
Quelles évolutions avez-vous relevées entre 2003 et 2006 ?

Depuis douze ans, tous les acteurs de la réparation automobile -agents, MRA, carrossiers (1)- accusent une baisse tendancielle et inexorable et elle va se poursuivre. Des distinctions marquent cependant chaque catégorie. En 2003, nous dénombrions 15 370 agents. 5295 ont disparu entre 2003 et 2006, soit une réduction de 34 %. En 2003, il y avait 15 750 MRA, mécaniciens-réparateurs-indépendants. 3000 ont disparu en trois ans, soit -18,7 %. Les carrossiers étaient 4520 en 2003. Ils n'étaient plus que 3730 l'an passé, -17,4 %.



Quelles sont les raisons de cette baisse inexorable ? Pensez-vous qu'elle va se poursuivre, voire s'accroître ?

Les raisons sont structurelles à l'évolution de l'automobile. Les véhicules, les pièces, les organes sont plus fiables, les périodicités d'entretien sont de plus en plus espacées ; nombre de véhicules accidentés ne sont plus réparés et sont envoyés à la démolition. Les carrossiers, eux, ont été affectés ces trois dernières années par la baisse du nombre d'accidents due notamment à la mise en place des radars automatiques, ce qu'on a appelé "l'effet Sarkozy". La baisse va encore se poursuivre mais elle va affecter différemment les catégories de réparateurs. Je pense que la réduction des agents va se ralentir voire se stabiliser certaines années parce que la France a un territoire géographique étendu -comparativement à l'Italie, à la Grande-Bretagne par exemple - et que les constructeurs ont besoin d'un maillage minimal pour servir les clients. On n' imagine pas qu'un automobiliste doive parcourir 200 km et même 100 km pour confier son véhicule à un réparateur de la marque ! Certains constructeurs ont d'ailleurs déjà stoppé la contraction de leur réseau et même, comme Saab, amorcé un retissage de son réseau primaire. Peugeot, depuis trois à six mois, a engagé une politique offensive de recrutement d'agents alors qu'il avait, comme d'autres, resserré son réseau. Les réparateurs indépendants sont plus vulnérables. Ils le sont par la taille de leur entreprise, en moyenne trois fois plus petite que celle d'un agent par le chiffre d'affaires. Ils le sont aussi par la nature de leur statut. Indépendants, ils n'ont pas l'appui d'un réseau, la "culture" diffusée ou induite par le réseau. Si nous avons recensé globalement très peu de créations, elles sont néanmoins plus fréquentes sous les enseignes de réparation "alternatives" des constructeurs (Motrio, Eurorepar, Motorcraft...). Deux raisons peuvent expliquer cela. D'une part, le sentiment qu'il faille appartenir à un réseau pour survivre. D'autre part, l'espoir pour ces professionnels, peut-être, un jour, d'intégrer le réseau du constructeur.



Nos reportages sur le terrain montrent que, loin de sombrer dans la morosité, des réparateurs mettent en œuvre de nouvelles activités pour se maintenir. L'avez-vous constaté et pensez-vous que les agents et réparateurs ont encore des ressources, des ressorts pour préserver leur avenir ?

Absolument. Nous observons que les réparateurs qui adoptent la pluri-activité ont une meilleure capacité à résister aux aléas et à la baisse. Des carrossiers, touchés, on l'a dit, et certains durement, par "l'effet Sarkozy", ont ajouté à la carrosserie la vente de véhicules d'occasion et, en 2006, nous avons relevé que quelque 400 d'entre eux, soit 10 % de l'effectif, se sont remis à pratiquer la mécanique et ont définitivement arrêté la carrosserie. Nous n'en avions jamais vu autant depuis que nous effectuons ce recensement. Vous avez même publié un reportage sur un Bordelais qui vend des véhicules neufs moins pour la marge qu'il en tire que pour tenter de fidéliser les acheteurs pour qu'il amène, quand ils connaissent un sinistre, leur voiture en carrosserie. D'autres trouvent des compléments d'activité et de revenus dans le montage de pneus vendus par des sites Internet, le montage de pièces achetées également par Internet auprès de démolisseurs... Les carrossiers se réapproprient aussi la réparation bris de glace. Ce n'est pas la solution miracle comme certains ont tendance à le croire mais c'est, à coup sûr, un axe de développement.

Outre la pluri-activité pour tenter de garantir leur survie, l'affiliation à un réseau pour obtenir des réductions de prix, de la formation, de l'activité supplémentaire, je suis convaincu que les réparateurs, ceux qui répondent en tous cas aux standards de modernité et de qualité, auraient tout intérêt à mieux faire valoir leurs atouts. Les assureurs sont aujourd'hui les premiers clients des carrossiers. Localement, je suis convaincu qu'il existe des représentants d'assureurs qui sont motivés par la permanence du tissu de la réparation et sont donc prêts à prendre en compte la performance de certains professionnels. Il faut donc que ces carrossiers osent les rencontrer, qu'ils leur montrent la qualité de leur établissement, ce qu'ils savent faire, fassent valoir la compétence, le niveau de formation de leur personnel et tentent ainsi de négocier un taux horaire légèrement plus élevé que le taux "standard" de la compagnie d'assurance... Or, très peu le font. Je pense, enfin, que les réparateurs, happés par la survie économique, ont oublié une caractéristique et une qualité majeures de leur activité : la proximité. En l'occurrence, leur meilleur marketing, leur meilleure publicité, c'est le bouche-à-oreille !

Web : www.salesfactory.fr

(1) Les agents sont des représentants des constructeurs et en affichent l'enseigne. Les **MRA**, mécaniciens-réparateurs indépendants, sont tous les autres garagistes, qu'ils appartiennent à un réseau de professionnels -AD, Starexcel, Top Garage...- ou à une enseigne réparation émanant d'une marque qui leur fournit notamment les pièces de rechange -Motrio (Renault), Eurorepar (Citroën), Motorcraft (Ford)- ou qu'ils soient totalement indépendants. Sales Factory actualise sa base en appelant par téléphone, tous les ans, tous les garages et, entre deux vagues, à partir des données fournies ou recueillies au fil de l'eau. Le recensement exclut les enseignes spécialisées de l'entretien auto et de la réparation rapide, telles Speedy, Midas et les centres auto tels Feu Vert, Morauto...

Imprimer cet article

Envoyer à un ami

Propos recueillis par Joseph GICQUEL

© L'argus de l'automobile. Tous droits de reproduction réservés

Retour au début de l'article

L'argus de l'automobile 1^{er} février 2007

✓ En bref

■ **ETUDE. Garagistes, combien êtes-vous ?** Le cabinet Sales Factory vient de mettre à jour sa base de données recensant l'ensemble des MRA et agents pour l'année 2006. Résultat: depuis le dernier recensement en 2003, plus de 4 100 agents ont perdu leur panneau. Ils sont ainsi passés de 15 000 à 10 900 en trois ans. Les MRA ont un peu mieux résisté, même si leur nombre est également en diminution. De 16 000 en 2003, ils n'étaient plus que 14 000 en 2006.

17 JANVIER 2007, REFERENCES AUTOMOBILES

Repères

• Mauvais résultats pour la sécurité routière en décembre

On a enregistré, au cours du mois de décembre 2006, une hausse sensible des accidents corporels et, de ce fait, une augmentation du nombre de personnes tuées et blessées. Les responsables de la Sécurité Routière estiment que ces mauvais résultats sont dus, en partie seulement, aux conditions météorologiques défavorables.

	Accidents corporels	Personnes tuées à 30 jrs	Total blessés	dont blessés hospitalisés
décembre 2006	7 330	481	9 460	3 605
décembre 2005	6 839	460	8 823	3 619
Différence 06/05	+ 491	+ 21	+ 637	- 14
Evolution 06/05	+ 7,2%	+ 4,6%	+ 7,2%	- 0,4%

Malgré ces mauvais résultats enregistrés en fin d'année, le bilan de l'année 2006 est globalement positif, voire exceptionnel selon la sécurité Routière. C'est en effet la cinquième année consécutive que l'on constate une diminution du nombre de personnes tuées sur la route. Mais ajoute-t-elle, on peut s'attendre, dans les mois à venir, à des résultats beaucoup moins bons, voire à des hausses.

Bilan de l'année	Accidents corporels	Personnes tuées à 30 j.	Total Blessés
2006	81 264	4 703	102 291
2005	84 525	5 318	108 076
Evolution 06/05	- 3,9%	- 11,6%	- 5,4%

(Source : Observatoire national interministériel de sécurité routière)

• 14 450 ateliers de carrosseries opèrent en France

Selon la base de données Bcar 2006 de Sales Factory (société de marketing opérationnel), le marché français de la carrosserie se présente aujourd'hui ainsi :

- 3 730 carrossiers indépendants
 - 2 100 ateliers en ex-concessions (sur un total de 4 016 établissements)
 - 5 320 ateliers gérés par des agents/ réparateurs agréés 2^{ème} niveau (sur un total de 10 075)
 - 3 300 ateliers chez les MRA (garages toutes marques sans panneau constructeur) sur un total de 12 800
- Soit un ensemble de 16 675 acteurs

- S'y ajoutent 1 725 grossistes et accessoires

Le critère pour être qualifié "d'atelier de carrosserie" est la possession d'une cabine de peinture.

• La barre des 2 millions de voitures neuves vendues a été franchie en 2006

2 000 553 voitures particulières neuves ont été immatriculées en France en 2006, ce qui représente une baisse de 3,3% en données brutes et de 2,5% à nombre de jours ouvrables comparable par rapport à 2005. Le marché des véhicules utilitaires légers (VUL) s'établit à 440 035 immatriculations, soit une hausse de 4,8% en données brutes et de 5,6% à nombre comparable de jours ouvrables. A noter enfin que le marché des véhicules industriels (> 5T), hors bus et cars, a subi une baisse de 3,9% avec 53 118 immatriculations. [source CCFA]

Le TOP 10 des meilleures ventes de VP en 2006 :

1) Renault Clio ; 2) Peugeot 307 ; 3) Renault Scénic ; 4) Peugeot 207 ; 5) Citroën C3 ; 6) Peugeot 206 ; 7) Renault Mégane ; 8) Peugeot 407 ; 9) Citroën C4 ; 10) Renault Twingo.

5 465 621 VP d'occasion ont été immatriculés en France en 2006 (+1,5% / 2005). Avec 3 305 014 véhicules échangés, le segment des VO de plus de 5 ans représente 60,47 % du marché ; celui des véhicules âgés de 1 à 5 ans : 30,42% ; enfin celui des moins d'un an : 9,11%.

Le marché européen n'a que très légèrement augmenté en 2006 : + 0,7% avec 15,636 millions de voitures immatriculées. A noter une croissance significative des marchés allemands (+ 3,8%) et italien (+ 3,7%) et une baisse non moins significative des marchés français (- 3,3%), britannique (- 3,9%) et espagnol (- 2%).

ve sales factory

RESEAUX À GÉOMÉTRIES VARIABLES...

Quand on interroge téléphoniquement l'ensemble des réparateurs de France comme le fait notre partenaire Sales Factory, on n'arrive pas, loin s'en faut parfois, au même nombre d'adhérents qu'annoncé par les enseignes. Alors tous menteurs, les réseaux ? Possible pour certains, mais pas certain pour tous : si menteurs il y a, on peut aussi en trouver chez les réparateurs interrogés...

Un hommage préalable à Sales Factory s'impose ; notre partenaire grâce auquel ce journal s'adresse à quasiment tous les patrons de l'après-vente en France a accepté de se «mettre en danger» pour nous en comparant sa moisson-terrain avec les chiffres officiels des divers réseaux français... Car il faut bien le reconnaître : le tableau ci-contre a une charge polémique indéniable. Tous les réseaux apparaissent surévalués par rapport à l'enquête terrain de Sales Factory, dans des proportions parfois proprement hallucinantes. Au total, ce sont près de 1 000 points de réparation et 300 points de carrosserie qui seraient abusivement «encartés» ! Que les têtes de réseaux ne montent toutefois pas trop vite en température : avant d'affûter de cuisants droits de réponses, qu'elles tiennent l'abord compte des précautions, précisions et constatations suivantes.

Qui «ment» ?

Une première précision s'impose en ce qui concerne le nombre de réparateurs affiliés aux divers réseaux multimarque. Sales Factory, qui renseigne continuellement sa base en contactant téléphoniquement l'ensemble des réparateurs en France, concède une marge d'erreur possible de ± 3%. Les réseaux qui restent donc, peu ou prou, dans la fourchette de 10% d'erreur -ils sont tout de même 9 dans ce cas (en vert sur le tableau général) l-peuvent donc se détendre... et se concentrer sur les mauvais chiffres de leurs concurrents.

Des concurrents qui disposent encore d'un repêchage possible, lié au mode même du recueil téléphonique de l'information : «Nous sommes dans le

déclaratif. Il est donc possible qu'une partie des réparateurs, par individualisme, par habitude, par colère ou tout simplement par omission, ne se revendiquent pas comme membre d'un réseau», souligne Renan Bullier, en charge des bases de données chez Sales Factory. Combien ? Impossible à dire, mais «probablement moins dans les réseaux «historiques» à plus forte identité que dans les réseaux récents et/ou light», précise-t-il. Allons jusqu'au bout de l'idée. «Il existe dans les réseaux multimarque un fort et permanent renouvellement : les réparateurs testent les opportunités sans toujours vraiment s'engager, puis renouent ou changent facilement de panoplie», note Renan Bullier. Dans un tel contexte, «il n'y a donc rien d'étonnant à voir certains «dégués» refuser de citer le panneau qu'ils vont quitter ; ou des sceptiques qui ne souhaitent pas subordonner trop vite leur image à celle d'un réseau qu'ils se contentent de «visiter». Voilà qui pourrait expliquer les extraordinaires différences entre le chiffre Sales Factory et le chiffre officiel de certains réseaux jeunes et/ou light. Adoptions et métonymies en orange sur le tableau.

Questions sans réponses...

Reste tout de même «du lourd» avec, par ordre alphabétique : AD Autoprino, AD Carrosserie, Autofit, Bosch Car Service, Gef Auto, Ixell et Motrio. Évacuons d'abord Autofit, Gef Auto et Ixell : la taille réduite des réseaux peut facilement amplifier des différences qui, en valeur absolue, restent marginales. Arrêtons-nous un instant sur le cas plus surprenant de Bosch Car Service : le différentiel entre les 310 sites recensés par Sales Factory et les 360 revendiqués par

Renan Bullier, responsable des bases de données chez Sales Factory : «Il est possible qu'une partie des réparateurs ne souhaite pas se revendiquer comme membre d'un réseau».



Bosch est étonnant : l'équipementier n'a jamais été pris en flagrant délit d'hypertrophie et joue toujours sur sa progression. Après enquête, c'est Bosch qui semble bien avoir raison... Sales Factory est-il donc faillible ? C'est toujours possible, pour les raisons évoquées plus haut. Mais il faut à l'inverse constater la performance de la base de données quand elle reconstitue tout de même, et avec une grande précision, le nombre de réparateurs affiliés aux trois réseaux de 3G/GAUF qu'il s'agit du réseau premium Top Garage, de son avatar «light», Garage Premier ou même de Top Carrosserie (différence de 3,3%). On ne peut même pas soupçonner Sales Factory de collusion, 3G/GAUF ne faisant pas partie de ses clients... Il faut aussi constater la même efficacité de la base de données en ce qui concerne les Garages AD (7,2% d'écart seulement), Eurorepar (7,2% également), Motocraft (3,3%), Five Star (4%) et dans une moindre mesure Precision Carrosserie (12,9%).

Cela ne fait que souligner les cas troublants des réseaux AD Autoprino, AD Carrosserie et Motrio, qui chutent respectivement de 224, 113 et 183 sites. Certes, AD Autoprino est encore relativement jeune ; Autoprino et Motrio sont tous deux, dans les catégories «indépendantes» et «constructeurs», des réseaux light. Le déficit constaté chez AD Carrosserie est conséquent également puisqu'il représente un bon quart du réseau «officiel» et l'on ne parle pas d'Ixell où ce sont les 3/4 des implanta-

Les réseaux de garagistes au 01/04/07				
Réseaux	Chiffres Sales Factory	Chiffres officiels	± en nombre	± en %
123 AUTO	15	40	+25	+62,5%
AD GARAGES/AUTOSERVICE	1 060	1 132	+82	+7,2%
AD AUTOPRINO	920	1 144	+224	+18,6%
API AUTOSERVICE	NC	95	-	-
AUTOFT	120	162	+42	+30,9%
AUTOLOGISTES DE FRANCE	NC	400	-	-
BOSCH CAR SERVICE	310	360	+50	+13,9%
CLUB AUTO CONSEIL	NC	NC	-	-
ELIT AUTO	25	59	+34	+67,6%
EUROREPAR	1 180	1 272	+92	+7,2%
GARAGE PREMIER	198	200	+2	+1,0%
GEF AUTO	140	200	+60	+30,0%
MON GARAGE	140	174	+34	+19,5%
MOTOCRAFT	290	300	+10	+3,3%
MOTRIO	957	1 140	+183	+18,1%
PRECISIUM	280	320	+40	+12,5%
PRECISIUM RELAIS	45	70	+25	+55,7%
PROXIMECA	40	50	+10	+20,0%
POINT REPAR	NC	17	-	-
TOP GARAGE	680	700	+20	+2,9%
AUTO SERVICE CENTER	NC	38	-	-
TOTAL RESEAUX	6 380	7 323	+993(*)	+12,7%
TOTAL INDEPENDANTS	7 960			
TOTAL GENERAL (*)	14 350			

Les réseaux de carrossiers au 01/04/07				
Réseaux	Chiffres Sales Factory	Chiffres officiels	± en nombre	± en %
ADCAT SELECTED	140	180	+40	+22,2%
AD CARROSSERIE	319	432	+113	+35,4%
ALBAK	12	12	0	0,0%
AUTONEO	30	40	+10	+25,0%
AXIAL	230	300	+70	+23,3%
FIVE STAR	192	200	+8	+4,0%
IXELL (*)	10	40	+30	+300,0%
L'AUTO CARROSSERIE	1	1	0	0,0%
PRECISIUM CARROSSERIE	61	70	+9	+12,9%
TOP CARROSSERIE	145	150	+5	+3,3%
TOTAL RESEAUX	1 140	1 425	+285	+20,0%
TOTAL INDEPENDANTS	2 836			
TOTAL GENERAL	3 976			

(*) non connu - (*) Ces différences de -993 garages sous réseaux et de -12,7% sont un minimum, puisque n'y sont pas comptabilisés les réseaux Api Autoservice, Autologistes de France, Club Auto Conseil, Point Répar et Auto Service Center dont les chiffres réels et/ou officiels ne sont pas visibles par Sales Factory. (*) Les sites comptabilisés sont ceux qui ne sont pas déduits par des membres du réseau Renault.

tions indépendantes que Sales Factory ne retrouve pas. Si nous devions souhaiter des droits de réponses précis et argumentés, ce sont bien ceux de ces quatre réseaux-là...

Jean-Marc Pierret

Après-Vente Automobile - n°15 - juin 2007

24 MAI 2007, ARGUS DE L'AUTOMOBILE

L'ARGUS DE L'AUTOMOBILE EDITION PROFESSIONNELLE

1 PLACE BOELDIU
75082 PARIS CEDEX 02 - 01 33 29 11 00

24 MAI 07

Hebdomadaire Paris

Surface approx. (cm²) : 334

Page 1/1

Après-vente

Où en sont les réseaux indépendants ?

Dans la logique du feuilleton « Combien sont-ils ? » (lire notre dossier « distribution » pages 59), l'expert en marketing opérationnel Sales Factory vient de livrer ses dernières statistiques sur les réseaux non constructeurs. Le chiffre à relever parmi ces données est que la catégorie des mécaniciens réparateurs automobiles (les fameux MRA) compte aujourd'hui dans ses rangs 18 255 ateliers. Parmi eux,

10 038 (soit 55 %) sont totalement indépendants, c'est-à-dire sans panoplie sur leur façade. Cette

proportion d'indépendants est plus élevée chez les carrossiers (67,5 %) que chez les mécaniciens (51,5 %). On dénombre près d'une trentaine d'enseignes officiant dans les activités mécaniques (17) et la carrosserie (10). Côté mécanique, les panoplies d'initiative constructeur (Eurorepar, Motrio, Motocraft) représentent à eux seuls 40 % des points de service...

C. L.

Plus de la moitié des mécaniciens en activité sont hors réseau



LES ENSEIGNES MULTIMARQUE (MECANIQUE)		
Enseigne	Appartenance	Nombre de sites
123 AUTO	Doyen	40
AD	Autodistribution	1 200
Autoprino	Autodistribution	1 125
Autofit	Tenax	162
Autologistes	Mega 6	300
Bosch Car Service	Bosch	240
Elit Auto	CDA	59
Eurorepar	Elit	1 272
Garage Premier	Groupepo	200
Gefauto	GEFA	200
Mon Garage	Partner's	200
Motocraft	Ford	300
Motrio	Renault	1 200
Precision	Starace	300
Precision Relais	Starace	100
Proximeca	Agira	50
Top Garage	Groupepo	700
Total sous enseigne		6 948
Indépendants sans enseigne		7 402
Total		14 350

Source : Sales Factory

PALMARÈS : l'enseigne AD reste, et de loin, le premier réseau d'origine non-constructeur.

LES ENSEIGNES MULTIMARQUE (CARROSSERIE)		
Enseigne	Appartenance	Nombre de sites
ADCAT SELECTED	Siemens	180
AD Carrosserie	Autodistribution	340
Albak	Albak	11
Autoneo	Centaura	40
Axial	Axial	280
Five Star	Dupont	192
Ixell	Renault	10
L'Auto Carrosserie	Leclerc	1
Precision Carrosserie	Starace	10
Top Carrosserie	Groupepo	145
Total sous enseigne		1 269
Indépendants sans enseigne		2 636
Total		3 950

Source : Sales Factory

Éléments de recherche : AD ou Autodistribution : distributeur en pièces détachées/accessoires automobiles, toutes citations

STATISTIQUES

Des données inédites, des chiffres qui bousculent les idées reçues et balayent quelques poncifs : vous allez enfin savoir ce qu'est vraiment l'après-vente automobile et surtout qui sont ses acteurs.

L'APRÈS-VENTE EN FRANCE : LES

13 300 MRA
4 200 concessionnaires
55 millions
1 720 distributeurs
4 050 carrossiers
CA 21 mil
29,6 millions de VP
10 639 agents

VRAIS CHIFFRES

Qui sont les acteurs ?

- Les prestataires d'entretien et de réparation**
- 13 318 MRA
 - 10 639 agents et réparateurs agréés
 - 4 200 concessionnaires/réparateurs agréés
 - 4 050 carrossiers
 - 1 950 pneumaticiens
 - 1 720 distributeurs
 - 1 105 centres-auto
 - 850 fast-fitters (réparation rapide)
- Les prestataires annexes**
- 8 500 stations-service de pétroliers
 - 5 175 centres de contrôle technique
 - 1 000 déconstructeurs

(Sources : Sales Factory, GISA, APVA, CNPA)

Evolution de la distribution traditionnelle



Le nombre de 100 000 ateliers classé haut et fort, voici quelques années par un certain Jean Maurin résume encore... Son écho est parfois entrecoupé par quelques grenouilles, physiques ou morales, dont l'intérêt est de se faire plus grosses que le bœuf. Et si nous vivions sur une gigantesque mystification ?

Déjà éloigné de la réalité il y a un quart de siècle, ce chiffre n'a vraiment plus aucun fondement aujourd'hui. Pour être tout à fait précis, il conviendrait même de le diviser par plus de 2 ! Vous vous souvenez des 10 000 "voilins utiles" de Renault ? 7 500 à peine aujourd'hui. Le Losange aujourd'hui. Cet exemple n'est pas unique.

Si tout le monde s'accorde pour parler d'une concentration des opérateurs d'après-vente, le doute subsiste toujours sur sa réelle ampleur. Sur deux populations en particulier : celle des MRA et des agents. La base de données de notre partenaire Sales Factory, nouvelle référence du secteur reconnue et utilisée par des constructeurs, équipementiers et groupements de plus en plus nombreux, remet les chiffres à leur vraie valeur. Ce sont ces données que nous avons essentiellement retenues pour dresser ce qu'on peut considérer comme le vrai portrait du marché. Traditionnellement, le monde

Les constructeurs reprennent la main

Il s'avère que sur le terrain, on est encore loin de ces belles intentions. Non seulement les constructeurs ont été pour le moins froids à remplir ces obligations (deux ans après, ça commence seulement à venir !), mais ils ont de plus en plus tendance à réintégrer une énergie offensive sans précédent. Elle a pris trois formes essentielles :

- une réorganisation hyper-sélective de leur réseau de réparateurs avec parfois de lourdes conséquences quantitatives. Le meilleur exemple est celui de Citroën qui a révisé son réseau par le haut en déclinant un seul standard après-vente, valable pour les concessionnaires et les ex-agents. Inutile de

STATISTIQUES

L'APRÈS-VENTE EN FRANCE : LES VRAIS CHIFFRES



Les constructeurs reprennent des parts de marché.

chez Renault, Motorcraft chez Ford. Trois explications : donner le change aux agents laissent sur le bord de la route ; attaquer les indépendants sur le terrain du multimarque ; s'offrir une gamme de pièces attractive sur le plus tardif, sans dévaler leur sacro-sainte place "d'origine".

■ un recentrage de certains constructeurs sur leur parc d'âge moyen, tendance stigmatisée par le lancement des forfaits spécifiques "véhicules anciens" de Peugeot : un véhicule moyen voit sa consommation annuelle de pièces augmenter avec l'âge, le constructeur voit là, sa part de marché diminuer de façon inversement proportionnelle. Inconcevable ! Les constructeurs qui avaient réussi à reprendre quelques parts de marché après-vente depuis la fin des années 90 confirment donc en se montrant particulièrement offensifs sur un terrain qui devient crucial pour leur rentabilité comme pour celle de leurs réseaux.

Un record mondial !

Sous la houlette des groupements de distributeurs de pièces, la rechange indépendante tente de fédérer un maximum de mécaniciens-réparateurs auto, nos fameux MRA, et leur propose des enseignes de garage à tous de brin. Stratégie du pis-aller pour certains, de la survie pour d'autres, elle se traduit quoi qu'il en soit par une pandémie de réseaux (voir page 31) : 18 enseignes déjà créées ; trop, beaucoup trop. Comment en effet se constituer une image dans un tel magma ? Cette inflation galopante fait en tout cas de l'après-vente automobile le secteur le plus concurrentiel qui soit et de la France le recordman du nombre d'enseignes avec 70 réseaux accessibles au consommateur final ! On comprend cet appétit pour un gâteau de 21 M€ partagé à 50/50 entre pièces et main-d'œuvre.

Des réseaux et des pièces...

Sondage express auprès de quelques constructeurs sur les performances 2005 en matière de vente de pièces, rapportée au nombre de sites ouvrant sous les couleurs de la marque.

Renault	
■ CA pièces de rechange	1,8 M€
■ Réparateurs agréés	350
■ Agents	480
■ Renault Minute	480
■ Renault Minute Carrosserie	186
■ Sites Motrio	1 125
■ Estimation CA Motrio	30 M€

Peugeot	
■ CA pièces de rechange	936,5 M€ (+3,25%)
■ % CA pièces de rechange hors réseau	40%
■ % CA pièces de rechange via agents	
■ Réparateurs agréés	
■ Peugeot rapide	
■ Agents	

Toyota	
■ CA pièces de rechange	94,5 M€ (+11,5 M€)
■ % CA pièces de rechange hors réseau	
■ Réparateurs agréés	

Ford	
■ CA pièces de rechange	420 M€
■ CA pièces hors réseau	
■ CA pièces via agents	
■ Réparateurs agréés	
■ Agents	
■ Sites Motorcraft	

Hyundai	
■ CA pièces de rechange	22,8 M€
■ Réparateurs agréés	
■ Réparateurs de niveau 2	

STATISTIQUES

L'APRÈS-VENTE EN FRANCE : LES VRAIS CHIFFRES



Le parc à entretenir et à réparer

- 29,6 millions de VP (dont 13,6 millions de diesel)
- 5,5 millions de VUL (cde 5 tonnes)
- 557 000 VI
- Age moyen des véhicules particuliers : 7,6 ans
- Kilométrage moyen au compteur : 105 000 km
- Durée de conservation : 4,8 ans
- Plus de 30% des ménages sont tri-motorisés, 48% sont bi-motorisés.

Le poids des constructeurs sur leur propre parc. Il varie bien sûr selon l'âge du véhicule mais la moyenne est toujours supérieure à 50% quelle que soit la marque. En d'autres termes, les réseaux constructeurs captent toujours plus de la moitié du potentiel après-vente théorique. Selon leur jargon interne, la pénétration services varie de 55% (55% pour Renault par exemple en 2005) à 75% pour des marques très typées et plus tôt haut de gamme. Cette moyenne est certes trompeuse puisque les premières années de vie sont "verrouillées" et que la courbe s'infléchit régulièrement jusqu'à la fin de vie du véhicule. D'où les stratégies de reconquête qui apparaissent, à l'instar de Peugeot avec ses forfaits véhicules anciens.

Distribution traditionnelle PORTRAITS EXCLUSIFS !

Ces chiffres inédits vont causer l'appréhension empirique que l'on peut avoir des "garagistes". Ils sont d'attente plus crédible et révélateur qu'ils sont tous de la totale de la cible ! Ainsi, les données issues de la base Sales Factory montrent que les garages sous enseigne de groupe-ment sont de taille beaucoup plus conséquente que leur voisin sous enseigne multimarque constructeurs. Cela confirme que la sélection par le potentiel de CA ou par l'importance du site n'a pas été de mise lors de la première phase de recrutement. On a ratissé large et "collé" du panache Motrio, Eurocar et Motorcraft sur tout type de façade... Confirmez également, le décalage

Chiffre d'affaires
49% des MRA indépendants réalisent plus de 115 K€7 de chiffre d'affaires. Ils ne sont en revanche que 13% à dépasser le seuil des 535 K€7 contre 34% chez les agents. La répartition des tranches de CA est très proche entre MRA de réseaux distributeurs et leurs cousins des réseaux multimarque constructeurs, mais globalement les premiers sont plus nombreux à faire plus de chiffre que les seconds. Une autre confirmation.

Dans un prochain numéro, vous lirez d'autres informations fort intéressantes sur les carrossiers, puis sur les concessionnaires...

Qui sont-ils ? Portraits-robots sur la base de 24 000 ateliers !

	MRA	MRA sous enseigne de groupe m	MRA sous enseigne multimarque constructeur	agent
Nb d'employés	1,4	2,1	1,5	4,1
Nb d'entrées atelier/mois	86	123	111	143
CA annuel	218 K€	334 K€	244 K€	584 K€



Après-Vente Automobile - n°1 - janvier/février 2006

16 JUIN 2005, LA LETTRE QUOTIDIENNE D'AUTO-ACTU

4 JANVIER 2005, LETTRE QUOTIDIENNE D'AUTO-ACTU

autoactu.com
l'information automobile professionnelle

Avis aux derniers indécis : les inscriptions au Forum Carrosserie du mardi 21 juin prochain matin à Paris (8h30-13h), qui se tiendra au Pavillon Dauphine (16^e arrdt), seront closes vendredi 17 au soir.

Intitulé « Carrossiers : comment sauver votre entreprise », ce séminaire, organisé par Autoactu.com et Auto K7, est préparé et sera animé par Emmanuel Taillardat, journaliste spécialisé dans les métiers de l'automobile.

Le contenu sera enrichi de la présence de cinq intervenants spécialisés :

- John Wormald (cabinet Autopolis), qui dressera un portrait de l'activité Carrosserie dans plusieurs pays de l'Union Européenne ;
- Renan Bullier (société Sales Factory) qui établira un état des lieux qualifié des professionnels de la carrosserie en France ;
- Marcel Tringat (société COC), consultant spécialisé en carrosserie, qui traitera de l'optimisation de l'outil de travail ;
- Jean-Claude Puerto-Salavert (Ucar, LLD et LCD), qui présentera les différentes solutions liées au véhicule de prêt ;
- Bernard Garrigues (Aon Auto Services, courtier spécialisé en LLD), qui détaillera les attentes liées aux gestionnaires de parcs en matière de gestion de sinistres.

Objectif du séminaire : « Donner aux carrossiers suffisamment de matériaux pour qu'ils puissent porter un regard à 360° autour de leur atelier, accompagner ou anticiper les mutations dans leur business », selon Emmanuel Taillardat. « C'est-à-dire tenter de leur donner une vision des directions que prennent leurs partenaires apporteurs d'affaires, mais aussi leurs confrères et, bien sûr, l'automobiliste. »

Conscient que consacrer une demi-journée de réflexion à l'avenir de son entreprise est un investissement, nous avons organisée cette manifestation pour vous apporter un maximum d'informations.

**Profitez de cette opportunité !
Pour vous inscrire : [cliquez ici](#)**

**LA RADIO EMBARQUEE**
DES PROFESSIONNELS DE L'AUTOMOBILE

Copyright Autoactu.com sarl, tous droits de reproduction réservés.
Pour se désabonner : <http://www.autoactu.com/index.php?page=24>

autoactu.com
CONTACTS PLAN DU SITE PUBLICITE RECHERCHER

Actualités
Constructeurs
Equipementiers
Réseaux
Marchés
Internet
Autour de l'auto
Services

Emplois
Consulter les offres
Espace Candidats
Espace Recruteurs
Ils recrutent
Formations
Métiers

Tous nos articles
Janvier 2005
Décembre 2004
Avant

Faites d'autoactu.com
votre page d'accueil

Votre avis nous
intéresse.

autoactu.com est édité par la
société autoactu.com sarl
19 rue Jean Jaurès
92270 Bois-Colombes

Powered by Rafo Media™,
a Rosebud Technologies Solution

[Actualités - Réseaux]

3 500 agents ont perdu leurs panneaux en 2004

D'après la base de données BMA 2004, de la société Sales Factory, qui recense l'ensemble des Mra et des agents, 3 500 agents auraient perdu leur panneau entre 2003 et 2004.

Le nombre de réparateurs agréés se situe désormais à 12 800 contre plus de 15 000 en 2003. Sales Factory estime également que « 5 500 Mra ont fermé leurs portes depuis septembre 2003 ». Une perte énorme, sans doute surévaluée. En effet, selon ces estimations, 30% des Mra auraient disparu en un an ! Or, les ventes en valeur des distributeurs, principaux fournisseurs des réparateurs, n'ont baissé que de 8%. Le volume d'achat apporté par l'arrivée des ex-agents n'aurait pas pu compenser une telle baisse. En réalité, le phénomène de pyramide des âges principalement, a causé la perte de 2 000 Mra environ. Ce qui porte le nombre de Mra à 14 000 en 2004 contre plus de 16 000 en 2003. Aussi, le chiffre avancé par Sales Factory semble plutôt englober le nombre de fermetures effectives (2 000), le nombre d'agents qui ont perdu leur panneau dès 2002 (c'est le cas des 1 000 agents Citroën) et le nombre de Mra qui ont rejoint un réseau de garages.

Quoi qu'il en soit, ces chiffres illustrent un réel changement dans le paysage de la réparation automobile. En effet, « jamais, en dix ans, le secteur de la réparation n'avait connu de tels mouvements », note Renan Bullier de Sales Factory. Ce secteur, particulièrement stable, comptait en moyenne seulement 1 000 départs ou changements de panneaux par an. » Un des principaux enseignements de cette étude : aujourd'hui plus d'un tiers des réparateurs affiche une enseigne de garage (5 800 environ dont 1 800 Eurorepar, Motrio et Motorcraft) ! Ce changement majeur (produit en seulement trois ans) prouve que les réparateurs restent dynamiques. Ils présentent un fort potentiel d'achat de pièces. D'après la base BMA, ces 14 000 réparateurs (avec enseigne ou non) dépensent en moyenne (chiffre de l'année 2003) 38 000 € par an pour l'achat de pièces de rechange chez leurs distributeurs.

Emilie Binois
(04/01/2005)
04-01-2005 04:01:2010 1 Autoactu.com

REVUE DE PRESSE

ELECTRONIC Auto VOLT

SONDAGE EXCLUSIF INFODIAG 2005

Diagnostic

Le niveau d'équipements
Où s'équipent les professionnels ?
Comment sont utilisés les outils ?
Les attentes en terme de services...

1900 réparateurs interrogés

COMMENT ÇA MARCHE ?
Le turbo à géométrie variable

Un nouvel état pour le véhicule électrique

Configuration d'un système de surveillance des pressions de gonflage

Le premier sondage à grande échelle portant sur le diagnostic automobile !

Electronic Auto Volt vous livre en exclusivité les résultats d'un sondage mené sur le diagnostic électronique par la société Salesfactory. Les objectifs : dresser un portrait de l'activité diagnostic, étudier l'équipement et l'utilisation faite de ces outils et enfin, appréhender les besoins en matière de produits et de services de la profession. Afin de vous livrer une information pertinente, pas moins de 1853 entretiens téléphoniques ont été effectués auprès de 698 agents, 199 concessionnaires, 100 centres autos, 135 ESA et 722 MRA.

La réparation en France
Tout d'abord dressons un rapide tableau de la profession. La France comptabilise environ 30 000

Agente	Age moyen du parc (années)
Agente	5,1
Concessionnaire	4,5
Centre Auto	6,4
ESA	7,2
MRA	7,2
ESM	6,1

Utilisation des outils

Les professionnels utilisent-ils fréquemment leurs outils ?
Les concessionnaires utilisent environ 55 fois par semaine leur outil de diagnostic, soit dix fois plus que les MRA. Logique lorsque l'on sait qu'ils possèdent un parc plus récent et plus moderne, inférieur à cinq ans, contre sept d'âge moyen pour un MRA. Chiffre éloquent ! Les ESA ne sortent leur outil que deux fois par jour (14 fois par semaine).

Les professionnels facturent-ils l'usage de leurs outils ?
57 % des réparateurs facturent une opération de diagnostic (plus particulièrement les MRA avec 71 %). Le prix moyen d'une facturation est de 28 € HT. Les ESA, plus pointus dans le domaine, pratiquent une facturation plus importante (en moyenne 38 € HT).

Les concessionnaires utilisent de plus en plus leur outil de diagnostic que les MRA.

Nuit cas sur dix, le réparateur arrive à dialoguer avec le véhicule sur lequel il doit intervenir. En outre, lorsque le taux de connexion est plus important chez le concessionnaire - 86 % contre 74 % pour les MRA. Communiquer avec le véhicule est une chose, dialoguer avec un ordinateur bien spécifique en est une autre. Si les concessionnaires arrivent à dialoguer avec 92 % de comptabilité, les MRA dialoguent spécifiquement avec un ordinateur donné que deux fois sur trois. En moyenne, les professionnels arrivent à résoudre les pannes quatre fois sur cinq et ce, grâce à leurs outils, ce qui est plutôt bien.

Nombre d'utilisations par semaine

Pourcentage de professionnels qui facturent

Facturation connexions (en euros HT)

Taux de réussite de communication avec le véhicule

Taux de réussite de communication avec le véhicule

Le niveau d'équipement

Un MRA sur deux est équipé d'un diagnostic, soit encore environ 10 réparateurs automobiles à équiper souhaitent s'équiper d'un peu. L'ESA sur trois n'est pas encore équipée d'un diagnostic. Les agents concessionnaires sont en retard d'équipement (équipement imposé par le constructeur) mais ils sont en phase sur trois environ de s'équiper par ailleurs centres pilotes à l'heure fin, notons que le taux d'équipement est correct. Notons aussi que le diagnostic est récent, environ pour les concessionnaires. On moyenne trois utilisateurs d'outil par garage, soit deux fois moins que les concessionnaires.

Possession d'un appareil de diagnostic électronique

Intention d'achat d'un appareil de diagnostic

Lieux d'achat des appareils

Où s'équipent les professionnels ?

Les concessionnaires achètent leurs appareils chez le constructeur en grande majorité et les agents chez les concessionnaires. Les indépendants s'approvisionnent généralement chez le distributeur de pièces détachées (Graphique 5).

Critères d'achat
Si les préconisations des constructeurs sont prépondérantes pour les agents et les concessionnaires, les ESA attachent une importance à l'après-vente.

Les mises à jour

Globalement, les acteurs de la réparation mettent à jour leurs outils à jour et ce, principalement par le biais d'un CD-ROM. Les mises à jour par Internet étant très marginales, même si en moyenne deux réparateurs sur trois possèdent un accès Internet. On compte environ une mise à jour par trimestre pour les indépendants contre une par mois pour les réparateurs de la marque.

Utilisation de l'assistance téléphonique

Les attentes en terme de services

Les professionnels adhèrent-ils à l'assistance téléphonique ?
En moyenne, deux réparateurs sur trois (4 agents sur 5 contre moitié moins chez les MRA) ont accès à l'assistance téléphonique lors de l'achat de leur appareil et jugent le service satisfaisant. Etant donné que deux concessionnaires sur trois profitent de l'assistance téléphonique du constructeur. Le nombre d'utilisation par semaine de l'assistance téléphonique oscille entre 2 à 3 fois pour les indépendants contre 13 fois pour les concessionnaires.

Aide à la mise en route
En ce qui concerne la mise en route de leurs outils, les concessionnaires se retournent directement vers le fabricant, l'agent vers le concessionnaire. Les ESA sont en retard direct avec les fabricants et le distributeur forme le MRA.

Qui fait la mise en route ?

Où s'équipent les professionnels ?

Critères d'achat (suite)
Importance des critères pour les agents (Graphique A)
Si globalement les mises à jour et la couverture apparemment sont les éléments les plus importants pour les agents, la formation et la couverture de l'outil arrivent en deuxième position. Ces derniers jugent peu important l'intégration d'un module de mesure au sein de l'outil.

Importance des critères pour les concessionnaires (Graphique B)
C'est la disponibilité des produits qui constitue le critère le plus important. La formation et la couverture de l'outil arrivent en deuxième position. Ces derniers jugent peu important l'intégration d'un module de mesure au sein de l'outil.

Importance des critères pour les ESA (Graphique C)
C'est la couverture qui est prépondérante, suivi de près par le nombre de mises à jour et la formation.

Importance des critères pour les MRA (Graphique D)
Pour les MRA la couverture est un élément essentiel, même si la formation et les mises à jour suivent de près.

Les attentes en terme de services

Peu de réparateurs ressentent le besoin de se former.

La formation
En moyenne, un tiers des professionnels de la réparation estiment avoir des besoins en matière de formation (ils déclarent deux étapes par an) et plus particulièrement sur le diagnostic. Ce besoin se fait moins pressant chez les concessionnaires, mieux cadrés sur ce plan ; seulement 17 % estiment avoir des besoins en formation et attendent plutôt chaque trimestre se former.

Le financement de l'outil
Un tiers des agents loue leur outil (auprès des concessionnaires). Seul un agent sur trois paie son outil comptant. Un dernier tiers passe par divers canaux de financement (banque, constructeur, distributeur et fabricant). Chez les concessionnaires, un tiers acquiert son outil comptant et un tiers à crédit auprès de leur constructeur. Le nombre d'utilisation par semaine de l'assistance téléphonique oscille entre 2 à 3 fois pour les indépendants contre 13 fois pour les concessionnaires.

Équipement informatique
La quasi-totalité des réparateurs sont équipés d'un poste informatique (léger déficit chez les MRA, -10 %). À quelques exceptions près, l'ensemble des agents et des concessionnaires possèdent un accès Internet. Chez les indépendants, le nombre de connexions varie entre un sur deux et sur trois. Il n'est pas rare de rencontrer des connexions haut débit (ADSL) chez les agents et les concessionnaires. Plus surprenant : un indépendant sur deux connecté à Internet sur une ligne ADSL.

**AGENDA
PROFESSIONNEL**

■ Selon
■ Journées professionnelles
■ Formation
■ Compétition

FÉVRIER
Rétromobile

Selon de l'automobile ancienne
Paris, Parc des Expositions de la Porte de
Versailles, hall 7/2 11 au 20

Paris Tuning Show

Selon du tuning, préparation mécanique
et sonorisation, audio et vidéo embarquée
Paris, Parc des Expositions
du Bourget (93) 20 au 28

MARS
**Salon automobile de
Genève**

Genève Palexpo (Suisse) 3 au 13

Journées portes ouvertes

Recrutement d'apprentis mécaniciens
Garc Argenteuil (95) 12

EasyFairs SAV Automobile

Partenaires équipementiers et distributeurs
Paris des Expositions de Paris Le Bourget
..... 10 et 11

Journées portes ouvertes

Recrutement d'apprentis mécaniciens et
de professionnels titulaires
Cantier Jean-Claude Andrieu,
Saint Maurice, 94 16 et 19

Journées portes ouvertes

Recrutement d'apprentis mécaniciens
Garc Argenteuil (95) 19

MAI
Motortec

Équipement automobile et de l'atelier
Madrid, Parque Ferial Juan Carlos I
(Espagne) 11 au 15

Autopromotec

Équipement automobile et de l'atelier
Cantier des Expositions de Bologna
(Italie) 15 au 22

Réseaux
Vous êtes 12 800 réparateurs agréés


▲ Les partenaires du Garage à l'honneur pour leur travail d'assistance éducative.

D'après une base de données réalisée par Sales Factory, à partir d'enquêtes sur le terrain, le nombre des réparateurs agréés au sens de la nouvelle réglementation serait de 12 800 contre plus de 15 000 en 2003. Sales Factory précise que « 5 500 Mira auraient fermé leurs portes depuis septembre 2003 ». Dans les faits, selon autoactu.com, le phénomène de pyramide des âges aurait causé la perte de 2 000 Mira environ.

Ce qui en porte le nombre à 14 000 en 2004 contre plus de 16 000 en 2003. Et, le chiffre (5 500 fermetures) avancé par Sales Factory semble plutôt englober le nombre de fermetures effectives (2 000) auquel il convient d'ajouter ceux des d'agents qui ont perdu leur panneau dès 2002 (1 000 Citroën) et le nombre de Mira ayant rejoint un réseau de garages.

Quels que soient les chiffres, ils illustrent un changement

significatif et rapide dans le paysage de la réparation automobile avec comme principal enseignement : plus d'1/3 des réparateurs affiche une enseigne multimarque (5 800 environ dont 1 800 Eurocar, Motrio et Motorcraft...). Dernier chiffre encore, toujours d'après la même étude : ces 14 000 réparateurs (avec enseigne ou non) dépensent en moyenne (chiffres 2003) 38 000 € par an pour l'achat de pièces de rechange chez leurs distributeurs.

● (Source Sales Factory et autoactu.com)

Nominations
Restructuration au sein du Gipa

Le Groupement Interprofessionnel de l'Automobile (Gipa) démarre 2005 avec une série de nominations dans ses principales filiales européennes.

En France, Éric Devos, prend les fonctions de directeur général du Gipa France après quinze ans de bons et loyaux services chez Bosch. En Italie ensuite, M. Aguetiaz homme de marketing (Brembo et Federal Mogul), devient directeur général adjoint. En Espagne, Fernando Lopez occupera le poste de directeur général adjoint après avoir travaillé notamment chez Valeo, Tenneco et Luk. Richard Nott (ex Magneti Marelli), prend la direction générale du Gipa Royaume-Uni. Enfin, François Passaga, ex-directeur général de la plaque ibérique/Amérique du sud du Gipa (Espagne, Portugal, Brésil et Argentine), devient directeur général du groupe Gipa et actionnaire de la société.



EDA42.pro le site pour
**LES PROFESSIONNELS
ET LES NEGOCIANTS**

Notre différence, c'est vous

04 77 92 34 05
www.eda42.com

L'argus Pro

Votre compte ARGUS PRO

Identifiant:

Mot de passe: Entrer

Mot de passe oublié

Vous êtes ici : Résultats - Détail

RECHERCHER dans l'actu

OK

ACTUALITÉ

Adapter son stock de pièces au parc roulant

Après-Vente / Pièces de rechange - 04/06/2012

Tweetter 0 | Faine 0

Sales Factory ajoute désormais à son catalogue de prestations, la base stock-to-sales qui permet à chaque équipementier d'aider les distributeurs-stockistes partenaires d'adapter au plus juste le stock de pièces au parc roulant de sa zone de chalandise.

Adapter son stock de pièces en fonction de la typologie des modèles de véhicules possédés par cette clientèle, c'est ce que propose aujourd'hui Sales Factory grâce à son offre Stock-to-sales. Créée en 2008 à la demande de l'équipementier Bendix, cette base est désormais accessible à tous pour un montant de 20 500 € (pour une trentaine de commerciaux environ).

« Chaque matin, quand un garagiste est contacté son distributeur, une fois sur six, il n'a pas la pièce. Ce sont donc des ventes manquées pour le distributeur comme pour l'équipementier qui représentent de 5 à 15% de leur chiffre d'affaires ! », explique Renan Bullier, directeur commercial de Sales Factory.

La problématique est simple : le parc automobile continue de croître de 1% environ par an pour atteindre 37,1 millions de véhicules. De plus, ce parc ne cesse de vieillir pour atteindre 8,2 ans aujourd'hui contre 7,3 ans en 2000. En parallèle de cette évolution, le nombre de modèles se multiplie tout comme le nombre de versions. Surtout, la répartition de ce parc est complètement hétérogène d'un département à l'autre mais également à l'intérieur même d'un département !

Adapter ses stocks de pièces en fonction de ces contraintes devient donc un élément essentiel et différenciant de la concurrence.

La base stock-to-sales comprend ainsi 40 marques et plus de 400 modèles et y intègre dans chaque département les familles de pièces ainsi que chaque taux de remplacement de pièces. L'ensemble permet ainsi de mixer les informations et de réaliser des préconisations de stocks.

Le prix de la base permet d'équiper entre 20 et 30 commerciaux chez un équipementier avec une journée de formation comprise. Stock-to-sales permet, selon Renan Bullier, d'améliorer le chiffre d'affaires de 3 à 7%.

Catherine Leroy

EMPLOIS ET CARRIÈRE

- Vendeur VO
- Peintre - Ford
- Secrétaire A.P.V. / Nissan
- Directeur de concession
- Vendeur VN Scotts
- Conseiller commercial
- Vendeur VN Magasin (H/F)
- Chef des Ventes VO (H/F)

Toutes les annonces
Déposer une annonce

COMMENTAIRES

Vos commentaires
Ajouter un commentaire

LA NEWSLETTER

RECEVEZ PAR EMAIL
CHAQUE JOUR
TOUTE L'ACTUALITÉ
AUTO
PROFESSIONNELLE

Inscrivez-vous

L'ARGUS ÉDITIONS PAPIER

L'argus pro du 3 MAI 2012
Voir le sommaire

Toutes les éditions papier

LES PLUS ARGUS

- La Newsletter Pro
- La Source Pro
- Sommaires Hebdo Pro
- Appli Mobile

ABONNEZ-VOUS

COMMUNICATION

- Annonces Auto
- Moteur
- Câblage
- Véhicules Industriels
- Pièces / Accessoires
- Emplois
- Tracteurs
- Multi Tracteur

Toutes nos solutions de communication

OUTILS MÉTIERS

- Planet VO
- Carat
- Prevue
- Prevue Réseau

Nos solutions métiers

ABONNEMENT

- Pack Hebdo
- Pack Hors-Série
- Pack Intégral
- Pack Full Option
- Newsletter

Tous nos supports

FORFAIT COTE

- Cote argus
- Cote à date passée
- Frais de réparation

Toutes nos solutions de valorisation

S'INFORMER

LES ACTUALITÉS

30/06/2012 : La Chine prévoit

**RENAN BULLIER**

Directeur Commercial

Salesfactory Automotive

9/11 rue Pages - 92150 Suresnes

Tel : 01 41 38 81 90

Port : 06 07 40 91 24

Fax : 01 42 04 55 54

renan.bullier@salesfactory.fr