

« Aider les garagistes à



DE L'INFORMATIQUE À L'AUTOMOBILE

43 ans

Nationalité néerlandaise (vit en Suisse depuis l'âge de 5 ans)
Diplômé de l'École Polytechnique fédérale de Lausanne

1983 Fonde la société Scanlight, spécialisée dans l'éclairage de discothèques

1989 Crée Global Data Trade (GTD), spécialisée dans les bases de données

1999 Vend GTD à Cent.com, leader mondial des données structurées en informatique. GTD devient Cnet-Channel dont il reste le PD-G.

2003 Lance Delta-Car en Suisse, dont il est président et actionnaire.

2007 Lance en France le réseau Point de vente multimarque (PVM) en partenariat avec Autodistribution.

Avril 2008 Ouvre l'accès du réseau PVM aux réseaux de réparateurs indépendants

En proposant aux réparateurs son enseigne PVM, Delta espère écouler 6 000 VN en France en 2009.

Lancée en Suisse en 2003, la formule de Delta conquiert maintenant l'Allemagne et la France. Un client veut-il acheter un véhicule neuf chez son garagiste ? Un puissant système informatique utilisant des bases de données sur Internet trouve en temps réel la meilleure offre en Europe pour tous les modèles et versions de trente-deux marques.

La commande sera alors passée par mandat auprès de l'un des deux cents concessionnaires fournisseurs répartis dans une dizaine de pays européens. L'accès à ces VN est proposé aux réparateurs indépendants (et aussi aux concessionnaires et agents) désireux de se diversifier. Albert de Heer, président de Delta, veut nouer avec eux un partenariat sur le long terme.

Vous proposez aux garagistes indépendants de vendre des VN. En quoi cette offre consiste-t-elle ?

Nous leur apportons une solution qui leur permet d'acheter et de vendre des voitures neuves dans le but de pérenniser leurs affaires. La maintenance d'un véhicule de zéro à trois ans s'effectue en général dans les réseaux des constructeurs. Nous voulons les aider à prendre pied sur ce marché VN.

Pourquoi ne vendez-vous pas directement aux particuliers ?

Nous voulons travailler en B to B, avec des professionnels. Après les expériences de ventes de VN par Internet ou dans les grandes surfaces, on revient à ce constat : le consommateur final veut avoir à faire avec un garagiste. Pour être crédible, celui-ci doit disposer d'une offre large. Nous lui proposons plus de trente-deux marques avec la possibilité de configurer n'importe quel modèle (options, couleurs, etc.).

« Un prix au moins équivalent à celui auquel achète le concessionnaire »



Vous avez déjà écoulé 4 000 VN en France en 2007. Qui étaient les professionnels partenaires ?

60 % étaient des garagistes indépendants (MRA) dont la majeure partie est fédérée dans des réseaux (Bosch, Autofit, Autoprime, etc.). Nos autres partenaires, soit 40 %, étaient des concessionnaires ou des agents qui ont surtout commandé des VN autres que ceux de leur(s) marque(s).

D'où viennent les véhicules que vous proposez ?

Nous nous « sourçons » en fonction des différences de marché en Europe. Nous avons référencé deux cents fournisseurs qui sont des

vendre des VN »

concessionnaires officiels, fiables et stables, dans une dizaine de pays.

Les prix auxquels les garagistes acquièrent ces VN sont-ils vraiment intéressants ?

Tout garagiste qui achète chez nous, peut bénéficier d'un prix au moins équivalent à celui auquel le concessionnaire touche le VN mais nous offrons souvent mieux. À l'achat des modèles de marque française, nous pouvons obtenir des remises de l'ordre de 10 à 15 % par rapport au tarif catalogue local, ce qui permet, sur certains produits, d'offrir des rabais de 30 % par rapport au prix officiel en France. Notre but est que le garage indépendant puisse vendre face à un concessionnaire.

Le rapprochement des prix en Europe ne risque-t-il pas de tarir votre approvisionnement ?

Nous ne sommes pas inquiets car les écarts de prix s'y maintiendront. Dès qu'un constructeur est en retard par rapport à ses objectifs dans un pays donné, il discounte et offre des options gratuitement. D'un coup, le véhicule devient beaucoup moins cher que dans les autres pays.

Vous demandez au garagiste partenaire de respecter un label PVM. Quelles sont ses obligations ?

Il doit réaliser un investissement humain et consacrer un minimum de temps pour apprendre à vendre un VN. Sur le plan financier, il paie des frais d'engagement initial sur trois ans de 4995 € TTC pour l'achat de la signalétique et les systèmes de PVM multimédia (voir encadré ci-contre). Il doit se faire agréer par notre partenaire financier, Cetelem, afin d'accéder à des lignes de crédit de 60 000 à 90 000 € sur 90 jours. Enfin, il doit pouvoir exposer au moins deux véhicules.

Quel est le rôle des enseignes comme Autodistribution dans votre approche ?

Elles ont bien compris notre formule et nous recrutons des garages avec leur appui. Nous avons signé des accords de partenariat avec les réseaux d'Autodistribution (AD,

AD Expert, Autossimo), avec Autofit et avec Bosch. D'autres signatures sont attendues.

Les réparateurs n'appartenant pas à ces enseignes peuvent-ils quand même vous acheter des VN ?

Tous les réparateurs indépendants peuvent tester notre système pendant trois mois. Ensuite, soit ils adhèrent à PVM, soit ils n'ont plus accès à notre solution. Le but est de nous concentrer sur les gens qui travaillent régulièrement avec nous.

« 90 % des ventes de VN sont initiées lors des visites à l'atelier »



Combien de VN un garagiste doit-il vendre pour justifier l'investissement dans PVM ?

Le but n'est pas de vendre des centaines de véhicules mais de créer une complémentarité avec l'après-vente. Un réparateur qui a 500 clients récurrents dans son atelier dispose d'un potentiel de vente de 20 à 30 VN par an. Il s'agit de mieux exploiter le personnel existant – il n'est pas nécessaire d'embaucher – et d'utiliser la base de clientèle. 90 % des ventes de VN sont initiées lorsque le client vient faire réparer son véhicule à l'atelier.

Quelles sont vos ambitions ?

Aujourd'hui, nous avons signé 150 contrats PVM en France, nous visons 400 signatures cette année et 600 en 2009. Pour ce qui est des volumes, nous tablons sur 4 500 VN cette année, contre 4 000 en 2007, et 6 000 l'an prochain. En Allemagne, où nous allons nouer un partenariat avec un poids lourd de la distribution de pièces, nous tablons sur 700 garages PVM en 2009 représentant 4 000 VN par an.

Jean-Pierre Genet

PHOTOS Nicolas Barret

QU'APPORTE LE LABEL PVM ?

En contrepartie des 4 995 € TTC de l'adhésion, le garage PVM, en plus de l'accès aux VN, se voit offrir des services.

LA PLV MULTIMÉDIA

Un écran plat de 37 pouces dans lequel est intégré un mini PC connecté sur Internet remplace la PLV traditionnelle. En fonction de l'enseigne (AD, Bosch, etc.), Delta pilote un bouquet de programmes en boucle pour le client durant les attentes : informations sur le garage, promotions de l'enseigne, météo et publicité. Point appréciable : 20 % des recettes publicitaires sont reversées au garagiste.

LA FORMATION

À partir de 19 heures, lorsque le garage est fermé, le système multimédia diffuse de la formation

à l'intention du garagiste et de ses salariés.

UNE ZONE DE CHALANDISE

Delta s'engage auprès de tout contractant à PVM à ne pas installer un autre point PVM sur son territoire défini à partir des codes postaux.

L'ACCÈS À DES FINANCEMENTS

Le garagiste pourra proposer à ses clients les formules de financement (et notamment des LOA ballon) mises en place avec Cetelem.

LE MARCHÉ DE FLOTTE

Des accords avec des entreprises leur permettront d'acheter dans les points PVM à des conditions négociées au préalable.

DES PRIMES DE FIDÉLITÉ

Pour encourager son client à concentrer ses achats de VN chez lui, Delta a instauré un système de remise de fin d'année, liée au nombre de VN vendus et de dossiers de crédit signés.

LES CHIFFRES CLÉS DE DELTA EN 2008



35 PERSONNES
SÉDENTAIRES EN SUISSE (28 EN 2007)
AUCUN COLLABORATEUR PERMANENT EN FRANCE



150/160 MILLIONS DE CHIFFRE D'AFFAIRES
RÉSULTATS FINANCIERS : BÉNÉFICIAIRES
(PROCHES DE L'ÉQUILIBRE EN 2007)

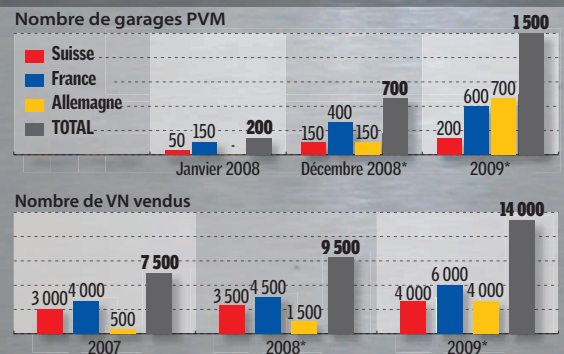


10 À 15 JOURS
DÉLAI DE LIVRAISON DES VOITURES EN STOCK



5 JOURS DE PLUS QU'UNE COMMANDE
PASSÉE CHEZ LE CONCESSIONNAIRE
POUR LES VN À COMMANDER AU(X) CONSTRUCTEUR(S)

VERS UN DOUBLEMENT DES VENTES



(*) Prévisions