

AUTODISTRIBUTION FRANCE : LES NOUVELLES AMBITIONS DU RÉSEAU AD



Réuni en congrès à Malte du 27 au 30 septembre dernier, le Réseau AD a dévoilé la nouvelle promesse de l'enseigne : "AD, c'est sûr" et les opportunités d'affaires que l'enseigne souhaite développer.

Lors d'une « sacrée démonstration de force » (pour reprendre les mots de Stéphane Antiglio, président de Parts Holding Europe, anciennement appelée Autodis Group) le groupe a réuni l'ensemble de ses adhérents au Réseaux AD : mécanique (Garage AD et Garage AD Expert), carrosserie (AD Carrosserie) et poids lourds (AD Poids Lourds). Au total 3500 personnes qui représentent 70% des entreprises AD s'étaient déplacées sur cette île de 40 000 habitants dans la méditerranée pour y découvrir le plan de développement « Préférence 2022 » qui sera déployé à partir de Janvier 2019.

Ce plan, qui succède au « Référence 2018 » présenté en 2014, comprendra entre autres une communication accrue avec un budget télé de 5 millions d'euros pour 2019 pour augmenter la notoriété du réseau et passer les preuves de sa nouvelle promesse au grand public :

- une « garantie à vie » pour les travaux de carrosserie et une « contre-visite remboursée ».
- une « mise en conformité à coup sûr » pour les prestations dans le cadre de l'éco-entretien. Eco-entretien est une initiative de l'AEE – Association de l'Eco-entretien (dont fait partie le Réseau AD en France) - et qui est destinée à aider les véhicules les plus anciens à passer les nouveaux contrôles d'opacité WLTP (Worldwide harmonized Light vehicle Test Procedure) (www.ecoentretien.eu).

Le Réseau AD vise 500 Garages AD au label Eco-entretien (soit le quart du Réseau) et plus de 1000 fin 2019. Selon Eddy Albert, Responsable des Réseaux Mécaniques VL l'enjeu est un chiffre d'affaires de 23 millions d'euros.

- une garantie de 5 ans pour toutes prestations effectuée dans le Réseau AD suite à un rendez-vous pris sur la plate-forme online AD.fr.

La centrale Autodistribution continue à enrichir son offre de produits et de services



Ainsi, Autodistribution a révélé un nouvel accord exclusif signé avec la marque de pneumatiques Leao Tyre (du groupe chinois Ling Long), la création d'un service de rénovation d'organes électriques

(avec un spécialiste basé à Nantes) et une offre de pièces de réemploi (avec Opisto.fr).

Des diversifications sont proposées au Réseau, avec le vitrage (Glass Auto service), la vente de VN/VO (CarGroup, Elite Auto) et bientôt une offre LLD (location longue durée) au niveau national dédiée aux TPE et PME

Le Réseau AD veut aussi entrer sur le marché de l'entretien des véhicules en LLD, en proposant aux grands loueurs multimarques des forfaits nationaux et une facturation centralisée, comme cela se fait déjà dans les métiers de la Carrosserie et tout particulièrement chez AD.





De nouveaux outils informatiques et digitaux



Le Groupe investit également fortement en digital et informatique pour faire évoluer son réseau. Un nouvel outil de gestion, ADMS 360 (avec Fiducial), interfacé avec le site de prises de commandes en ligne Autossimo et les sites de devis en ligne (AD.fr et IDgarages.com), est

en cours de déploiement. L'objectif est d'en équiper 25% du réseau en 2019 et 100% d'ici 2022. Il sera associé à une tablette de réception active, pour gagner du temps et favoriser la vente additionnelle. Son site de commandes en ligne BtB, Autossimo, est également renouvelé, avec un moteur de recherche simplifié et l'intégration des pièces de carrosserie Cora, à partir du premier trimestre 2019.



En une phrase Stéphane Antiglio, président de Parts Holding Europe, résume le plan Préférence 2022: « Le métier d'Autodistribution, c'est de vous vendre des pièces, le mieux possible, mais aussi de vous aider à développer et à pérenniser votre activité ».

