

# Des réseaux gagnés par la sagesse

Aujourd'hui, les enseignes spécialisées dans la transaction de VO à particulier parlent plus volontiers de qualité et de pérennité que de quantité. Le maillage reste certes indispensable sur ce marché, mais pas à n'importe quel prix.

Il y a un an, dans ce même supplément consacré aux réseaux, nous parlions de consolidation pour caractériser ce secteur d'activité. La situation n'a guère évolué depuis douze mois. Une dizaine d'enseignes cohabitent actuellement sur ce marché spécialisé dans les transactions de véhicules d'occasion aux particuliers, où l'on peut distinguer les réseaux issus des acteurs du négoce (Distinction, VPN Autos, Opportunité) et ceux des agences automobiles, inspirées de l'univers de l'immobilier (L'Agence automobile, Via Automobile, Ewigo...). Le nombre de nouveaux entrants s'amenuise et chacun des opérateurs existants semble privilégier une meilleure maîtrise de son développement. Des premiers signes de maturité commencent à affleurer. L'enjeu ne consiste plus à multiplier les ouvertures pour quadriller le terrain, mais à structurer un réseau solide et pérenne.




## « Aucune fermeture à déplorer »

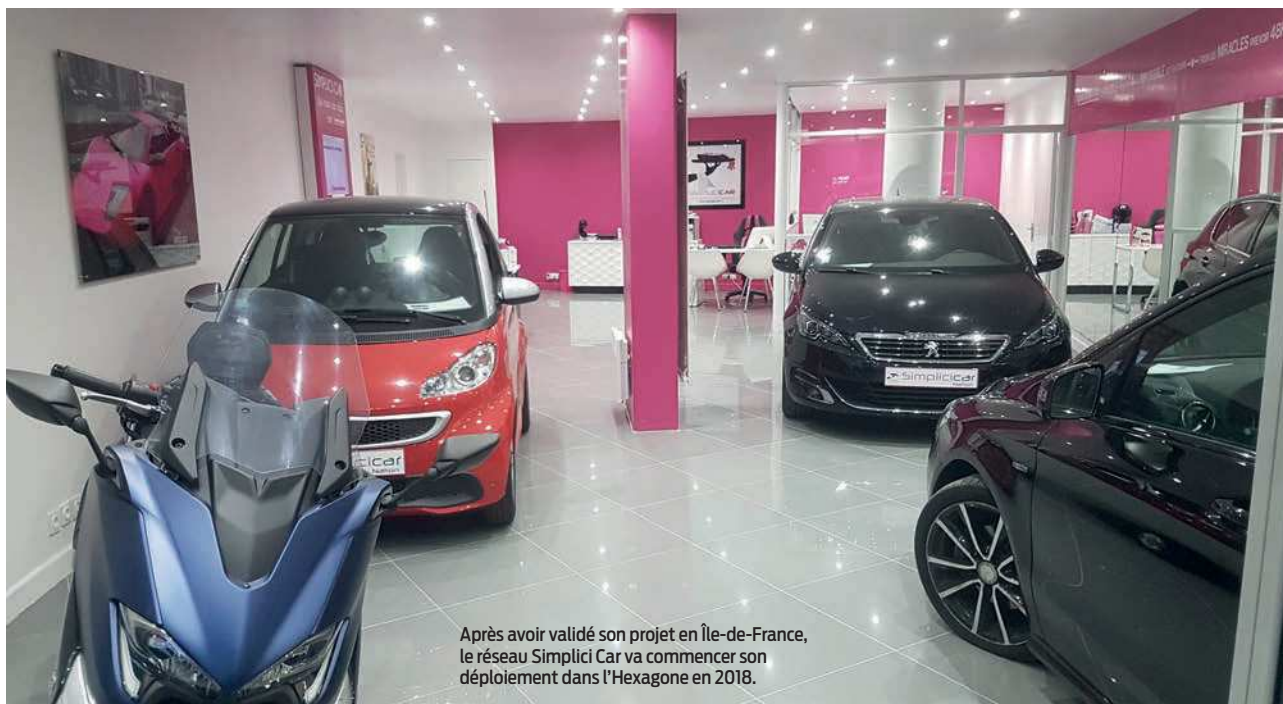
« Nous avons vu des réseaux dont le nombre d'agences n'a cessé de diminuer au fil des ans, constate Yoni Dayan, fondateur de Simplici Car. Il n'est pas nécessaire d'avoir 200 agences en France, nous voulons surtout contrôler notre montée en puissance, avec des agences qui ne ferment pas. Depuis deux ans, nous n'avons aucune fermeture à déplorer. » L'enseigne, qui s'est ouverte à la franchise en 2015, dénombre 12 agences en Île-de-France, dont 9 franchisés. Le déploiement dans l'Hexagone est prévu en 2018, avec pour objectif de doubler le nombre de points de vente. « L'ambition initiale était de créer plusieurs agences en propre. Le projet de franchise n'est arrivé que bien plus tard, après avoir constaté que le modèle fonctionnait et répondait à un besoin, informe Yoni Dayan. Notre concept a été testé et approuvé en Île-de-France. Le concepteur d'un réseau automobile doit provenir de ce secteur. En plus d'une expérience de dix ans, je reste en permanence en prise avec le terrain via nos trois sites en propre. »

Le dernier réseau en date, baptisé France Concept Car, s'inscrit également dans cette dynamique. Son dirigeant, Thomas Touzery, a d'abord fait ses armes dans le commerce automobile et posé quelques jalons solides,

avant de créer son réseau en franchise. Il a fondé en 2014 les sociétés Automobiles de l'Arc et Paris Concept Car, suivies, en 2015, de l'entité THT Automobiles et, en 2016, de la société de négoce Direct Car Business, basée en Allemagne. « Au départ, nous n'avions pas en tête de monter un réseau de franchisés. Nous avons acquis au fil des années une expertise et une maîtrise du négoce, du transport, de l'importation et, par conséquent, nous sommes en mesure d'apporter des services clés en main aux franchisés, indique Thomas Touzery. Il s'agit d'un développe-

## Les enseignes spécialisées dans les vent

	L'AGENCE AUTOMOB.	AUTOEASY	DELTA CAR	
				
Type de contrat	Licence de marque	Licence de marque de 5 ans	Licence	
Droit d'entrée	15 000 €	15 000 €	0	
Redevance	300 €/mois + 3 % (commissions, frais de dossier)	475 €/mois	0	
Apport personnel	10 000 €	10 000 € (minimum)	0	
Investissement global	30 000 €	20 000 €	0	
CA moyen par agence	Variable	300 000 €	De 2 à 20 VN vendus	
Marge unitaire par voiture	640 €	990 €	De 4 à 5 % net	
Nombre d'agences	74	40	3 000	
Recrutement en 2018	15 nouveaux membres en France	15 ouvertures	5 000	
Site Web	agenceauto.com	autoeasy.fr	auto-source.fr et multimarque.fr	



Après avoir validé son projet en Île-de-France, le réseau SimpliCar va commencer son déploiement dans l'Hexagone en 2018.

TOUTES PHOTOS D.R.

ment complémentaire, qui n'est pas vital dans notre structure. Donc, nous ne sommes pas dans une logique de conquête de territoire. Au contraire, nous serons très sélectifs sur les profils. » La société annonce étudier plusieurs candidatures pour trois projets concrets, dont une émane d'un professionnel de l'automobile et deux autres de personnes issues des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration. « Nous ne fermons pas la porte aux reconversions professionnelles », indique le dirigeant.

Le réseau Via Automobile, qui visait une centaine de

points de vente il y a quelques années, a réduit la voilure ces dernières années et, surtout, a changé son fusil d'épaule. « Nous avons diminué le nombre d'agences et choisi de nous polariser sur l'augmentation du volume de véhicules vendus par point de vente, avec un rythme de 12 unités en moyenne par mois aujourd'hui, contre 8 il y a deux ans. Ce n'était pas suffisant pour travailler sur du long terme, explique Laurent Cohen, cofondateur du réseau. Notre projet d'entreprise a également changé. Nous nous positionnons comme une enseigne de ●●●

## es VN-VO

	DISTINXION	EWIGO	FRANCE CONCEPT CAR	OPPORTUNITÉ	SIMPLICI CAR	VIA AUTOMOBILE	VPN
	Licence de marque	Franchise	Franchise	Licence de marque	Franchise	Licence de marque	Licence de marque
	19 600 € (distributeur) 9 800 € (point relais)	20 000 €	15 000 €	Selon le secteur	19 000 €	À partir de 3 000 €	22 000 €
	À partir de 650 €, en fonction de la performance	750 €	700 €/mois	nc	1 000 € par mois	70 € par véhicule vendu en moyenne	4 800 €/an (Web marketing) + 70 € par voiture-contrat
	À définir selon le projet du candidat	20 000 €	25 000 € minimum	nc	20 000 €	De 10 000 à 200 000 €	300 000 € minimum
	À définir selon le projet du candidat	65 000 €	40 000 €	nc	De 50 000 à 200 000 €	De 15 000 à 100 000 €	Variable selon nature du projet
	nc	180 000 €	nc	8,5 M€ (site pilote)	2,3 M€	De 500 000 à 4 M€	3 M€
	1 100 €	1 000 €	nc	Variable	1 000 €	1 000 €	1 000 € (après transport, FRE VO, frais annexes)
	120	90	2 sites en propre à ce jour	4	12	20	15 + 3 sites en propre
	Une quinzaine de nouveaux licenciés	30	nc	2 ouvertures	De 7 à 10	10	7 à 8 par an ; objectif 40 points de vente à horizon 2020
	autos.fr	ewigo.com	franceconceptcar.com	opportunités-automobiles.fr	simpli-car.fr	eshop.viaautomobile.com et viaautomobile.com	devenezvpn.fr



Le franchisé Via Automobile de Calais se distingue des agences de centre-ville par sa structure qui se rapproche de celles des marchands VO.

● ● ● *distribution automobile multimarque et non pas comme un simple intermédiaire proposant de la vente de voiture dans le cadre d'un mandat. Il s'agit d'une approche marketing qui permet, certes, de capter rapidement des parts de marché, mais qui se révèle trop fragile pour pérenniser un projet d'entreprise et attirer des professionnels compétents.* » Via Automobile s'appuie à ce jour sur 25 agences et revendique un stock de 2500 VO issus de professionnels et 2000 de particuliers.

Le réseau SimpliCar a, lui, opté pour un modèle commercial encore différent. « *Nous sommes propriétaires des voitures que nous vendons, et non un intermédiaire. Une fois que nous avons trouvé un acheteur pour le véhicule proposé par un particulier, nous en devenons acquéreurs. Cela permet de sécuriser le paiement. Le vendeur a donc un seul et unique interlocuteur du début jusqu'à la fin de la transaction : nous* », détaille Yoni Dayan. L'enseigne revendique un positionnement premium, tant dans son concept d'agence que dans l'offre de voitures, avec un panier moyen qui se situe entre 20000 et 25000 €.

### Une enseigne, plusieurs concepts

Chez France Concept Car, le chiffre d'affaires des franchisés dépendra d'une combinaison de plusieurs modèles : la vente à partir d'un stock constitué, la recherche de véhicules à la demande du client ou alors le système de dépôt-vente. « *Nous n'orientons pas le dirigeant, nous donnons simplement les clés pour qu'il puisse travailler dans les meilleures conditions, quel que soit le schéma utilisé* », indique Thomas Touzery. À titre d'exemple, l'agence en propre Strasbourg Concept Car, qui s'étend sur 500 m<sup>2</sup>, devrait générer en 2018 entre 5 et 6 M€ de chiffre d'affaires, en privilégiant la « *vente sur fond propre* ».

Afin de bien calibrer la structure en fonction du potentiel commercial de la zone de chalandise et de capter différents profils d'entrepreneurs, certains réseaux ont créé plusieurs formats de points de vente. Ainsi, Via Automobile a mis en place le statut d'agent mobile, soit un acheteur présent sur le terrain, affilié à une agence, dont la mission est d'alimenter le stock de véhicules. L'enseigne décline également ses corners Via Automobile, une structure d'une personne implantée, par exemple, chez un MRA. « *C'est un tremplin pour un professionnel lors de sa première année d'activité, ça lui permet de se*

## VPN Autos vise 40 franchisés d'ici à trois ans

Le réseau multimarque VPN Autos, qui n'a ouvert que deux points de vente en un an (Clermont-Ferrand et Roanne), entend accélérer son développement suite à l'arrivée d'un nouvel animateur réseau, Thomas Raffeneau. Les villes de moyenne taille, où le « *concept fonctionne vite* », restent la cible privilégiée. VPN Autos se fixe pour ambition d'atteindre les 40 franchisés d'ici à trois ans. « *Nous pourrions alors parler de réseau et un phénomène naturel d'accélération devrait*

*s'enclencher* », entrevoit David Rairolle, directeur des activités. L'enseigne a profité de sa dernière convention réseau pour présenter un ensemble de solutions et de promesses pour accompagner ses franchisés : couverture express pour établir vite et efficacement le prix d'un VO, certification de la préparation des véhicules, promesse « *satisfait ou remboursé* » (avant les quinze jours suivant la vente ou 1000 km) pour les transactions réalisées auprès des particuliers.

*familiariser avec le métier et de mesurer les indices de performance* », précise Laurent Cohen. Le corner doit logiquement aboutir à la création d'une agence, soit le format d'origine développé en 2010. Enfin, le dirigeant entend développer des points de vente dotés d'un showroom, se rapprochant de la concession automobile. « *Le business modèle repose sur du sourcing local et nous considérons qu'un particulier est prêt à confier son véhicule à une agence de proximité située à moins de 30 minutes de son domicile* », indique Laurent Cohen.

### Croissance raisonnée

Les enseignes France Concept Car et SimpliCar s'articulent autour d'agences situées en centre-ville et de mini-concessions situées à la périphérie des grandes villes, avec plusieurs véhicules exposés dans un showroom. L'heure n'est donc plus au quadrillage tous azimuts, mais à la croissance raisonnée. « *Nous avons identifié, en France, 327 villes de plus de 28000 habitants, où il existe un potentiel pour développer le service Via Automobile*, précise Laurent Cohen. *Nous estimons que 15 % des particuliers sont favorables aujourd'hui au fait de se faire accompagner par un professionnel pour vendre leur voiture. Nous poursuivons notre travail d'éducation lancé il y a sept ans. Ce métier peut devenir un standard.* » Le travail de notoriété et d'évangélisation sera toutefois encore long, car, comme le constate Yoni Dayan (SimpliCar), « *beaucoup d'acheteurs découvrent encore ce concept et ne connaissent aucun réseau de transaction* ».

BENOÎT LANDRÉ



**THOMAS TOUZERY**  
FONDATEUR DE FRANCE CONCEPT CAR

« *Nous ne sommes pas dans une logique de conquête de territoire.* »