

Distribution

Le Groupement des agents Renault veut "conquérir l'ensemble du marché de la mobilité"

Publié le 25 septembre 2024

Par Gredy Raffin

8 min de lecture

Partageant la présidence du Groupement des agents Renault (GAR) et Dacia depuis juin 2024, Ludovic Mounier et Matthieu Baudouin veulent amener les agents à construire une image commune. Conscients de la baisse d'activité sur les ponts, ils comptent aborder le marché de la mobilité dans son ensemble pour compenser les pertes de rentabilité.



Matthieu Baudouin et Ludovic Mounier, les coprésidents du Groupement des agents Renault. ©Le Journal de l'Automobile

Le Journal de l'Automobile : Vous avez été élus coprésidents en juin dernier. Sur quel projet vous êtes-vous appuyés pour obtenir l'adhésion des membres du Groupement des agents Renault ?

Ludovic Mounier : Le propos s'est voulu rassurant. Nous avons expliqué que nous voulions avant tout un bureau fort et soudé pour bâtir les projets. Nous nous inscrivons dans la continuité de ce qui a été réalisé par nos prédécesseurs. Nous voulons une relation exigeante et des échanges réguliers.

J.A. : Quelle a été votre priorité au cours de l'été qui a suivi votre élection ?

Ludovic Mounier : La première chose a été de faire la passation avec nos prédécesseurs. Ensuite, nous avons commencé à mettre en place notre nouvelle organisation en échangeant beaucoup avec les parties prenantes du projet, chose qui n'a pas toujours été très simple en pleine période estivale.

J.A. : Quelle analyse faites-vous de la situation au moment de votre prise de fonction ?

Matthieu Baudouin : La première analyse se veut rassurante et nous en remercions nos prédécesseurs, car les relations qu'ils ont su entretenir avec le groupement des concessionnaire et le constructeur nous permettent d'arriver dans un climat d'échanges constructifs. La seconde est que le groupement des agents des marques Renault et Dacia fédère presque 40 % du réseau. Ce qui est pour nous insuffisant en termes de représentativité. Nous devons poursuivre le travail que nous avons commencé avec Ludovic lorsque nous étions responsables du groupe de travail référent.

J.A. : À quoi pensez-vous concrètement ?

Matthieu Baudouin : Début 2024, nous avons démarré notre Tour de France en organisant des réunions en région. Les deux premières dates ont été planifiées à Valence (26) et à Rennes (35). Une troisième se déroulera à Bordeaux avant la fin de l'année. Ces rencontres nous permettent de partager et souvent d'apporter des réponses aux agents adhérents et non adhérents. Nous avons constaté qu'il y a encore une méconnaissance du GAR, de ses missions et de ses actions. Pris dans leur quotidien, bien des agents n'ont pas conscience de l'intérêt de cette structure, alors qu'ils se disent très inquiets quant à l'avenir de leur métier.

Toutes nos réflexions doivent inciter de nouveaux membres à nous rejoindre. Notre force passera par le nombre. Le GAR doit gagner du poids pour être plus fort dans le cadre de nos discussions avec les concessionnaires et le constructeur.

J.A. : À quoi cela tient-il ?

Matthieu Baudouin : En vérité, les messages ne sont pas toujours reçus. Le canal de communication utilisé jusqu'à présent ne s'avère pas d'une grande efficacité. Et pour cause, les mails se perdent dans la masse. Dès cet été, nous avons donc ouvert un groupe de travail qui se concentre sur le sujet de la communication avec le réseau pour homogénéiser le niveau d'information.

« *Notre volonté est de créer une plateforme web qui sera propre aux agents* »

J.A. : Des rencontres aux allures d'audit. Quelle première feuille de route stratégique en découle ?

Matthieu Baudouin : Notre groupement a toujours fonctionné au travers de groupes de travail tournés principalement autour de notre métier. Nous souhaitons dans un premier temps les étoffer. Cela passera par du recrutement externe, mais aussi interne à notre réseau. Puis, dans un second temps, il faut créer des groupes de travail plus axés sur le métier de chef d'entreprise, que ce soit dans les domaines du juridique, du social, de la RSE, de la négociation de groupe ou encore du marketing entre autres.

J.A. : Parlant de marketing, quelle est la place des agents Renault dans le paysage de la réparation ?

Ludovic Mounier : Nous avons une solide notoriété. La clientèle qui se rend dans les agences reconnaît la qualité de notre travail et notre professionnalisme. Nous avons une spécificité à développer et pourquoi pas une "marque agent" à affirmer sur le territoire. Je pense que notre coprésidence doit se focaliser sur cet enjeu.

J.A. : Comment allez-vous procéder ?

Matthieu Baudouin : Notre volonté est de créer une plateforme web qui sera propre aux agents. Ce nouvel environnement digital doit nous permettre de nous fédérer enfin. À l'instar du constructeur dont le site internet référence les concessionnaires et les offres de produits, le groupement des agents Renault doit proposer la même alternative à ses membres. À ce jour, nous identifions des partenaires capables de nous accompagner dans cette démarche.

J.A. : En quoi cela doit-il aider des réparateurs inquiets de l'avenir de leur métier ?

Ludovic Mounier : Il y a encore peu de temps, l'après-vente représentait environ 95 % de la rentabilité de nos affaires. Mais tout cela a changé. Notre rentabilité décroît. Certes, il n'y a pas encore de vague massive de fermetures, mais nous devons anticiper et trouver de nouveaux leviers de rentabilité. Cela passera par une baisse des coûts de structure évidemment, mais aussi par un ajustement tarifaire des pièces et des prestations par souci de compétitivité et par un rééquilibrage des activités. Nous avons entamé un travail en ce sens avec le constructeur face au constat inquiétant de cette perte de rentabilité de nos affaires ces dernières années.

J.A. : Le multimarquisme n'y avait pas aidé...

Ludovic Mounier : Si effectivement, les agents Renault sont, depuis très longtemps, capables d'intervenir sur toutes les marques, en disposant de la gamme de pièces et du niveau de formation requis, reste à le faire savoir davantage aux automobilistes. Nous devons aller plus loin et conquérir l'ensemble du marché de la mobilité.

J.A. : Par quel biais ?

Matthieu Baudouin : Plus que des réflexions, le groupement des agents Renault et Dacia mène actuellement des négociations avec divers partenaires susceptibles d'apporter des sources de rentabilité complémentaires. Nos discussions sont diverses mais, pour vous donner un exemple, nous nous entretenons actuellement avec des entreprises spécialisées dans la location courte durée.

Nous avons un cahier des charges qui stipule que le partenaire doit apporter une solution simple à mettre en œuvre mais pas uniquement, il faut aussi que le partenaire puisse proposer une offre privilégiée à nos adhérents. Notre dernière collaboration en date avec un partenaire financier nous a prouvé que cela est possible.

| « Nos prédécesseurs ont mis en place une bourse d'échange BtoB »

J.A. : Vous soulignez la baisse de rentabilité, comment les agents parviendront-ils à financer des flottes ?

Ludovic Mounier : C'est un point très important en effet. Dans nos discussions, nous mettons l'accent sur le fait de réduire au maximum les immobilisations de trésorerie. Nous sélectionnons donc des loueurs qui n'imposent pas l'acquisition chez eux mais aussi qui autorisent l'utilisation de voitures d'occasion. Pour vous donner un exemple, nous avons tous eu une **voiture d'occasion** compliquée à vendre pour laquelle nous n'avons pas d'autre choix que de vendre à perte. Dans ce cas, l'opportunité de mettre ce véhicule à la location pendant quelques mois permettra de limiter la casse, voire même de gagner de l'argent.

J.A. : La vente de voitures d'occasion n'est pas encore très développée dans le réseau, pour quelle raison ?

Matthieu Baudouin : Tout d'abord, je tiens à rappeler que la vente de voitures neuves représentait il n'y a pas si longtemps environ 30 % des immatriculations en France par intermédiation des agents Renault. Nous pouvons donc dire qu'il y a un certain savoir-faire. Je pense que nous souffrons principalement d'un manque d'outils et de visibilité. Nous n'avons pas les mêmes dispositifs que nos concessionnaires (*sourcing*, informatique, offres télévisées réservées, etc.). De fait, à quelques exceptions près, les initiatives des agents ont globalement été assez timides ces dernières années en matière de revente de voitures d'occasion. Pourtant, les plus mûrs en la matière ont noté une rentabilité accrue. Et c'est là que nous devons intervenir.

J.A. : Comment vous entendez-vous changer la donne ?

Ludovic Mounier : Il faut avant tout souligner qu'en début d'année, nos prédécesseurs ont mis en place une bourse d'échange BtoB, réservée aux adhérents du groupement via notre site. En ce qui nous concerne, nous avons créé un groupe de travail dédié au VO afin de nous permettre d'identifier rapidement les freins au développement de cette activité.

Matthieu Baudouin : En parallèle, nous discutons avec nos éditeurs informatiques sur les accès aux plateformes VO, mais il est encore trop tôt pour en parler. Nous sommes convaincus que la "marque agent", en laquelle nous croyons, peut devenir un critère de recherche pour un acheteur de voitures d'occasion. Et notre site internet se fera le reflet de cette volonté forte.

J.A. : À quand sa concrétisation ?

Matthieu Baudouin : Nous devons aller vite sans nous précipiter. Nous espérons pouvoir présenter ce site internet à nos adhérents du Groupement des agents Renault lors de la convention annuelle de mars 2025.