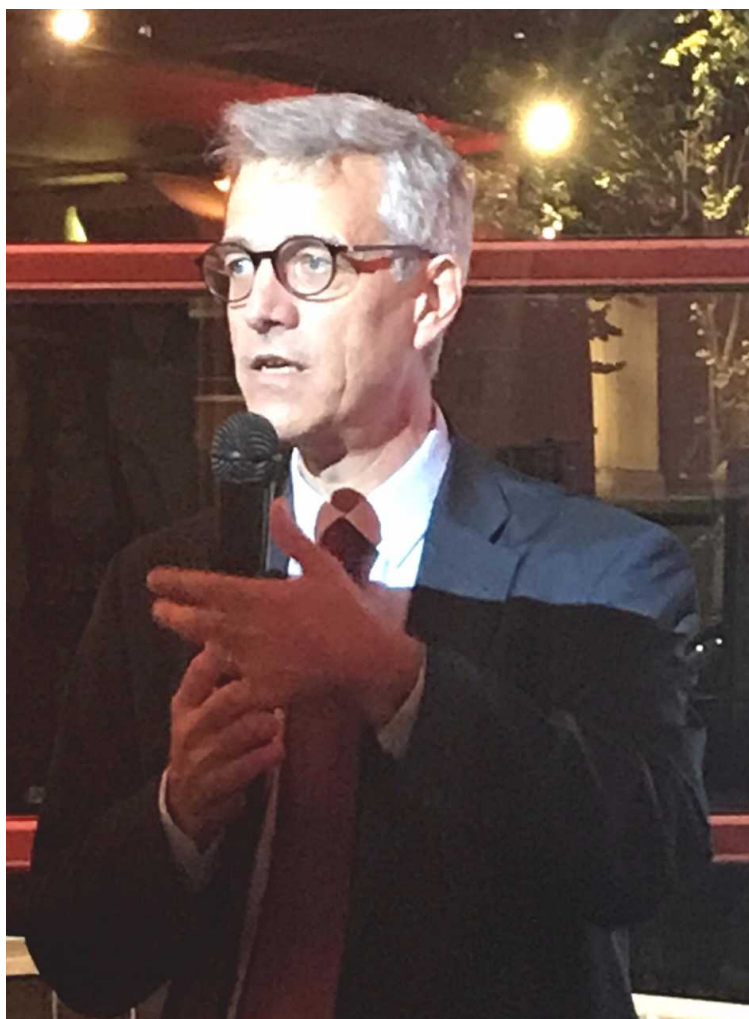


Equip Auto 2017 - Automotor France lance Amerigo International

vendredi, 20 octobre 2017

En marge d'Equip Auto et devant 60 clients internationaux venus de 4 continents, Olivier van Ruymbeke, le président d'Automotor France, a dévoilé un tout nouveau projet baptisé Amerigo International. Un projet d'entreprise commune, fonctionnant en réseau de compétences, qui veut être un facilitateur de business entre les équipementiers et les distributeurs des pays émergents que la société exportatrice sert fidèlement depuis plus de 40 ans. Le top départ est lancé sur Equip Auto et la première convention Amerigo International est déjà planifiée pour Automechanika 2018...



Olivier van Ruymbeke a dévoilé son projet Amerigo International à 60 clients historiques d'Automotor France venus de 4 continents.

Olivier van Ruymbeke, président d'Automotor France depuis qu'il a racheté l'entreprise avec l'appui de Pechel Industrie il y a 18 mois, a présenté son projet baptisé Amerigo International. L'annonce était faite hier soir aux 60 distributeurs venus de 22 pays, une belle partie de la "famille Automotor" que la société exportatrice réunissait pour la première fois sur un bateau-mouche, au pied de la tour Eiffel.

Amerigo est plus qu'un nom de code, tant il est aussi symbolique que représentatif de l'esprit même du projet. Il fait référence à Amerigo Vespucci, ce florentin du 15^{ème} siècle considéré comme le premier à avoir compris que Christophe Colomb avait en fait découvert un nouveau continent. Et c'est vrai que dans le monde à part des pièces et services destinés aux pays lointains, Amerigo International ne ressemble à rien de connu.

Conjuguer les expériences

Le projet est en partie le fruit des 6 années qu'Olivier van Ruymbeke a passées aux commandes du 2^{ème} groupe de distribution VN au Brésil. De cette expérience, il a acquis une certitude : les clients et acteurs des pays émergents ne souhaitent pas qu'on leur propose des voitures, des services ou des prestations low-cost comme on l'a longtemps cru dans les pays dits matures. Ces marchés ont faim du meilleur que puisse produire et proposer les pays dits développés.

Un constat qu'Olivier van Ruymbeke a donc décidé de marier à la culture et à l'histoire d'Automotor France. Depuis 40 ans, la société exportatrice a en effet acquis une connaissance inégalée des attentes, des besoins et des subtilités logistiques, douanières, légales ou financières propres à chaque pays émergent. Elle a ainsi su tisser des liens forts avec ses clients distributeurs comme avec les fournisseurs équipementiers, notamment 1^{ère} monte, qui s'appuient sur l'entreprise pour atteindre ces pays qu'ils ne savent pas ou ne peuvent pas pénétrer seuls.

«Les équipes d'Automotor connaissent parfaitement tous ces territoires et sont rompues à leurs spécificités, explique O. van Ruymbeke. Il faut une réactivité et une compétence particulière pour s'adapter et rester présent sur des marchés qui peuvent à tout moment varier du tout au tout, à la hausse (Chine, Iran...) comme à la baisse (Algérie, Russie...) au gré des crises, des législations, des changements politiques ou des tensions internationales.»

Amerigo : un fonctionnement en réseau

Mais qu'on se s'y trompe pas, tient à souligner le président d'Automotor. Amerigo n'est pas un groupement de plus, encore moins un club de distributeurs internationaux. Il s'agit d'une «*société internationale fonctionnant en réseau, qui a pour vocation de se nourrir à la fois des attentes et des besoins de nos clients comme de l'expérience incomparable acquise par les équipes d'Automotor France.*»

Car être international, ce n'est pas parler Anglais, a-t-il expliqué à ses invités internationaux ; «*être international, c'est parler la langue de chacun des pays où l'on travaille.*» Et en l'occurrence, être "Amerigo", c'est aussi savoir intégrer intimement les cultures et les méthodes de chaque pays pour être encore plus réactif et efficace.

Dans cet esprit et même si Automotor France en détiendra la majorité, le capital d'Amerigo est donc largement ouvert aux distributeurs historiques des nombreux pays émergents avec lesquels l'entreprise exportatrice commerce depuis 40 ans. «*L'histoire ne fait que commencer ; avec nos clients et partenaires qui auront souhaité accompagner capitalistiquement ce projet, les prochains mois seront consacrés à définir les axes et les moyens prioritaires*», explique Olivier van Ruymbeke.

Les services de base

Le calendrier est d'ores et déjà fixé. Le recueil de l'intérêt des distributeurs et leur accès au capital durera jusqu'à la fin 2017. La sélection et l'approbation des fournisseurs seront bouclée à la fin du 1^{er} semestre 2018, date envisagée pour la création effective de l'entreprise qui planifie sa première convention fondatrice lors d'Automechanika Francfort en Septembre 2018. Mais si le contenu d'Amerigo reste donc à définir, le socle des services nécessaires à son lancement et à l'accompagnement des acteurs est, lui, déjà finalisé par Automotor :

- une base de données pièces, adaptée aux parcs des pays émergents et disponible en 25 langues (pour un taux de couverture équivalent, le nombre de références nécessaires a été multiplié par 10 en 25 ans !) ;
- les informations techniques indispensables au bon entretien de ces parcs ;
- une logistique adaptée (nouvel entrepôt de 9 000 m² à Rosny sous Bois) ;
- et côté offre pièces, une stratégie de référencement regroupant deux partenaires équipementiers maximum par ligne de produits, sans oublier la mise à disposition de la marque AF (freinage, pièces techniques, amortisseurs notamment) et de la marque Lautrette (filtration), déjà développées spécifiquement par Automotor pour répondre à la demande des pays émergents.

Amerigo, facilitateur de business

«Nous souhaitons associer et fédérer toutes les compétences pour mettre au service des acteurs des marchés émergents les outils techniques, logistiques et digitaux qu'ils jugent indispensables à la pérennité de leurs activités, martèle Olivier Van Ruymbek. Notre ambition se fonde sur une certitude forgée par nos multiples expériences internationales : les distributeurs et les réparateurs des pays avec lesquels nous commerçons ont besoin d'appuyer leur développement sur les meilleurs produits et services possibles.»

C'est donc une synthèse inédite, sur la forme et sur le fond, que veut proposer Amerigo International à ses partenaires historiques. Un «*facilitateur de business*» capable de réussir la rencontre entre le meilleur de deux mondes. D'un côté, la qualité des pièces et des services déployés sur nos marchés dits matures ; de l'autre, l'appétit de performance et de développement des distributeurs clients servis par l'intégration de leurs savoir-faire et de leurs expériences locales au cœur de la gouvernance même d'Amerigo.

Partager les fruits du projet

Et c'est bien là toute l'ambition d'Amerigo International. Les distributeurs pourront bénéficier des formations, informations, pièces et services, qu'ils auront identifiés comme indispensables pour répondre à la complexification et à la diversification croissante du parc mondial comme à l'évolution mouvante des attentes de leurs marchés. En tant qu'actionnaires, ils pourront élaborer la stratégie idoine en amont et, en aval, en tirer tous les fruits si le succès est au rendez-vous.

Quant aux équipementiers référencés, ils bénéficieront ainsi d'un accès adapté à chaque marché tout en profitant de l'expertise logistique, commerciale et humaine fédérée au sein de l'entreprise.



© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite