

BestDrive s'étend et se dote d'un pneu à sa marque

jeudi, 14 mars 2019

Le réseau BestDrive vient de dresser le bilan de son année 2018 -la première de Jean-Marc Assael à sa tête- et a profité de l'événement pour dévoiler son tout premier pneu à sa marque, fabriqué par la maison-mère de l'enseigne, bien sûr : Continental.



Jean-Marc Assael, P-dg de BestDrive, et Charlotte Delcroix, chef de produit Tourisme chez Continental, lors de la présentation du premier pneu à la marque de l'enseigne, en marge du match PSG Handball - HBC Nantes, le 7 mars dernier à Paris.

Il trônait bien en évidence sur un présentoir dédié, dans la salle VIP du stade Pierre-de-Coubertin, à Paris, qui abrite le PSG Handball dont BestDrive est partenaire. Il ? Le pneumatique à la marque du réseau, bien sûr ! Conçue par la maison-mère de l'enseigne, Continental, l'enveloppe est d'ores et déjà disponible en version été, déclinée en 65 dimensions tourisme et SUV, sous la dénomination BestDrive Summer, ainsi qu'en 10 dimensions utilitaires, sous le nom BestDrive Van Summer. De quoi couvrir 90% du marché du pneu été, en attendant de lancer la version hiver, d'ici quelques mois.

Des services associés au pneu BestDrive

«Lorsqu'on lance un produit à sa propre marque, c'est que l'on est certain de sa qualité», se réjouit Jean-Marc Assael, P-dg de BestDrive [depuis un peu plus d'un an](#). Le pneumatique a été développé autour de cinq piliers, selon l'enseigne : une couverture maximale du marché, un design inédit avec des flancs, une bande de roulement offrant qualité de freinage et confort de conduite optimum, un rendement kilométrique élevé, et une offre de services associés complète comprenant deux garanties (incluses dans le prix). Côté tarif, justement, «le pneu BestDrive sera proposé à un prix inférieur de 20% à celui d'une marque Premium», précise également Charlotte Delcroix, chef de produit Tourisme chez Continental.

Parce qu'à produit de qualité, services de qualité, BestDrive en a associé deux à son tout premier pneu, en accord avec sa signature "You drive, we care" ("Vous conduisez, on s'occupe du reste"). Le premier, Client(e) satisfait(e) ou produit échangé, offre la possibilité à l'acheteur de revenir les changer dans un délai de deux semaines et/ou après avoir parcouru moins de 2 000 km. Le second n'est autre qu'une assurance valable pendant un an couvrant toute crevaison et vandalisme. Et le fait que ces deux services soient inclus dans le prix d'achat constituerait même une première sur le marché du pneumatique, selon BestDrive.

Laboratoire-client de Continental

BestDrive étant le nom commercial de ContiTrade, l'une des unités commerciales de la division Pneumatiques du groupe Continental, «Nous sommes en quelque sorte le laboratoire client de Continental, sa tête de pont sur le marché du multimarquisisme», reconnaît Jean-Marc Assael. Avec sa propre MDD, donc, BestDrive devrait remonter pas mal d'informations terrain de la part de sa clientèle, tant à propos du produit qu'au sujet des services.

La qualité de service, justement, fait partie des objectifs principaux de BestDrive et 2018 a permis d'achever le déploiement des 800 tablettes de diag' et de réception active dans tout le réseau, permettant aussi aux responsables d'atelier de lancer des alertes entretien auprès de leurs clients. Histoire de mesurer cette qualité de service, le réseau fait également appel à son partenaire, Critizr, qui met en relation clients et enseignes et permet de certifier les avis en ligne.

2018 : année de consolidation du réseau

2018 a également été une année de consolidation de son maillage pour le réseau BestDrive. L'enseigne compte aujourd'hui 220 agences en France et vise à renforcer particulièrement sa présence dans l'ouest et le sud-ouest du pays.

«Deux nouvelles agences doivent ouvrir dans les prochains mois, ainsi que douze agences légères dans ce secteur», confirme le P-dg. Si Jean-Marc Assael reconnaît qu'une dizaine de points de vente BestDrive ont fermé en 2018, «c'est principalement parce que nous les avons fusionnés avec des agences plus grosses situées sur le même secteur». C'est d'ailleurs vers un maillage composé de ces grosses agences et d'une demi-douzaine d'agences plus petites que tend le réseau, afin d'optimiser sa logistique et ses achats.

Le développement en franchise parmi les objectifs 2020

Alors que le précédent P-dg du réseau, Serge Bonnel, également P-dg de Continental France, [évoquait](#)

[déjà fin 2017](#) le développement de centres franchisés BestDrive, puisque le réseau compte tout de même 10% de tels établissements, il se trouve que cette perspective s'est vue reportée à 2020. *«Parce la personne qui était chargée de ce développement a été appelée vers d'autres fonctions dans le groupe, nous avons pris un certain retard sur ce projet, confesse Jean-Marc Assael. Mais le redémarrage du développement de la franchise BestDrive est prévu pour la seconde moitié de l'année.»* Si bien que les prochains centres franchisés devraient pouvoir ouvrir dans le courant de l'année prochaine. L'objectif à moyen terme étant d'atteindre les 400 centres sous enseigne.

«Nous testons également les véhicules d'entretien mobiles pour les flottes VL, explique le dirigeant. Nous en avons déjà une dizaine en circulation, pour les prestations de type changement de pneumatiques, freinage, vidange...» Lesquels sont évidemment bien moins nombreux que les unités mobiles dédiées aux flottes industrielles, mais l'enseigne de Continental n'entend pas laisser plus longtemps les clients grands comptes de côté.

Il faut dire que les accords-cadres signés par BestDrive représentent une part croissante du chiffre d'affaires de l'enseigne. En effet, ceux-ci comptent pour environ 15% des 270 millions d'euros de CA du réseau, lequel est également en progression de 3% par rapport à l'année 2017.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite