

Carrosserie : Fix Auto affiche ses ambitions et pense diversification

jeudi, 11 janvier 2018

A l'occasion du passage du président de Fix Auto World en France, début janvier, l'enseigne de carrosserie qui se développe en franchise a fait le point sur ses ambitions en termes de recrutement et de maillage, mais aussi sur les perspectives de diversification de son activité en s'appuyant notamment sur d'autres savoir-faire existant dans le groupe : la mécanique et le vitrage.



Steve Leal, président de Fix Auto World, et Olivier Grouillard, master franchiseur Fix Auto en France.

Après avoir annoncé sa volonté de développer [en franchise](#) son réseau en France et nommé master franchiseur Olivier Grouillard à la tête de onze établissements dans l'Hexagone, l'enseigne de carrosserie Fix Auto a reçu la visite, en ce début d'année, de son président Monde, le Canadien Steve Leal.

Propriétaire de la marque, qu'il a rachetée au Québécois Jean Delisle en 2015 avec l'aide de la Caisse de dépôt et placement du Québec (un fonds puissant de 300 milliards de dollars), après avoir été responsable des opérations de Fix Auto Canada depuis 2011, l'entrepreneur avait à cœur de définir lui-même la

stratégie globale de Fix Auto World pour cette année 2018. Une année qui verra l'enseigne passer de 9 marchés à 12, dans le monde, de quoi dépasser allègrement le chiffre de 654 ateliers que compte Fix Auto à travers le monde.

Devenir une marque connue des clients... et reconnue des assureurs

D'abord, Fix Auto entend se positionner, en France comme dans le monde, comme partenaire numéro 1 des assureurs, ce qu'il est déjà au Canada. *«En 2017, nos programmes de référencement généraient plus de 80% des ventes réalisées par Fix Auto Canada»*, affirme Steve Leal. Déjà, en France, *«nous travaillons avec l'ensemble des compagnies d'assurance»*, ajoute Olivier Grouillard. Mais auprès du grand public également, Fix Auto veut devenir le réflexe numéro 1 pour les automobilistes accidentés et va communiquer en ce sens comme il le fait déjà dans les autres pays où l'enseigne est présente.

Travailler la marque est considéré comme essentiel par Steve Leal car c'est un argument de reconnaissance auprès des clients. *«Aujourd'hui, l'exigence client tourne autour de quatre points : la conscience de la marque, l'omniprésence du téléphone mobile, la confiance dans les commentaires en ligne et les promesses tenues par l'enseigne, précise-t-il. Dans le même temps, nous devons comprendre les besoins des assureurs aussi : le contrôle des coûts, la fiabilité des réparations et la bonne expérience client.»*

Des services pour soigner l'expérience client

Pour appuyer cette ambition, Fix Auto insiste déjà sur l'expérience client avec plusieurs services. Assistance et conseil à la déclaration de sinistre, véhicule de remplacement, SAD, expertise à domicile, réparation sous 24h, respect d'un délai de prise en charge moyen de 4 jours et d'un délai d'immobilisation moyen de 3 jours, exigence d'une qualité des réparations «irréprochable», contrôle qualité systématique, solutions de règlement sécurisées et une garantie nationale de reprise si malfaçon.

En 2018, d'autres services devraient voir le jour comme l'accueil client disponible 7j/7, une estimation du montant des réparations 7j/7 et la mise en place de la solution la plus économique, et un espace personnalisé en ligne où le client peut suivre l'avancement des réparations et retrouver tous les documents liés à son sinistre (historique, devis, facture documents VR...).

Diversifier l'activité avec la mécanique et le vitrage

En mai 2016, Fix Auto World avait réalisé l'acquisition des marques Service Auto Speedy, Novus Glass et Minute Muffler & Brake pour ainsi devenir la plus importante solution de services d'entretien et de réparation aussi au Canada. Dans le Monde, Fix Auto World a pu se targuer d'avoir réalisé des réparations sur plus d'un million de véhicules en 2017. S'il ne peut évidemment exploiter la marque Speedy en Europe, puisque celle-ci est propriété de Bridgestone [de ce côté de l'Atlantique](#), reste que Fix Auto World dispose grâce à l'enseigne d'un savoir-faire certain en termes de maintenance mécanique.

Au total, dans le monde, cette activité représente pour le groupe 115 ateliers, ce qui est peu en comparaison de ses 756 ateliers de carrosserie et ses plus de 1 300 ateliers de vitrage Novus Glass, établis dans 17 pays dans le monde. Mais c'est largement suffisant pour espérer proposer des solutions de diversification aux futurs franchisés Fix Auto en France, comme c'est le cas dans d'autres pays où

l'enseigne est implantée. Ce qui semble logique si l'on considère que le vitrage, spécialité des carrosseries pendant de nombreuses décennies, leur avait échappé progressivement au fil du développement des enseignes spécialisées.

Les réunions régionales vont se poursuivre en France

En France, plus particulièrement, Fix Auto avait déjà identifié l'été dernier 280 à 300 territoires exclusifs pour implanter ses futurs établissements franchisés. *«Nous estimons entre 200 et 250 le nombre de carrosseries minimum pour couvrir efficacement le territoire national»*, affirme Olivier Grouillard. 2017 a représenté le début de la prise de contact de l'enseigne avec ses prospects qui, selon le master franchiseur, *«viennent de tous horizons et de tous les réseaux déjà existant»*. Sans oser en dire plus sur les potentiels franchisés Fix Auto, les enseignes auxquelles ils appartiennent, ce qu'ils leur reprochent et leur a donné envie de voir ailleurs, du moins de se renseigner, Olivier Grouillard affirme tout de même que Fix Auto France a prévu onze réunions régionales supplémentaires pour les renseigner dans les mois à venir.

«Nous avons réalisé des études de marché dans la plupart des départements et avons sondé les différents ateliers, que nous avons rencontrés et référencés, explique-t-il. Le profil que nous visons, c'est celui de professionnels désirant changer de panneau, quelle que soit leur taille.» Néanmoins, Fix Auto France envisage aussi d'exposer sur les salons –nationaux ou régionaux– dédiés à la franchise, ce qui prouve également que les futurs franchisés pourraient être des entrepreneurs avec un grand E, pas forcément des carrossiers de métier. Comme tout franchiseur, Olivier Grouillard et ses équipes ont conçu huit structures de soutien aux futurs adhérents, pour les assister par exemple en matière de marketing, de communication, de vente, d'informatique, d'animation commerciale, etc.

«Pour le montant que payera le franchisé pour nous rejoindre, nous fournissons un grand nombre de services, assure-t-il. Nous voulons aussi lui permettre de valoriser son entreprise afin que, par la suite, la reprise en soit facilitée.» En parlant de reprise, d'ailleurs, Olivier Grouillard assure que le rachat de carrosseries par ses soins se poursuivra, en plus du recrutement de franchisés. Déjà neuf lettres d'engagement ont été signées par des prospects du réseau, et 60 carrossiers ont déjà répondu présent lors des réunions régionales tenues en 2017. L'enseigne a également pensé [au recrutement](#) de leurs futurs employés, et créé une marque nationale de recrutement dédiée, avec un site internet : fixauto-recrute.com, avec une cellule RH capable de prendre en charge au niveau national le recrutement des collaborateurs en local.