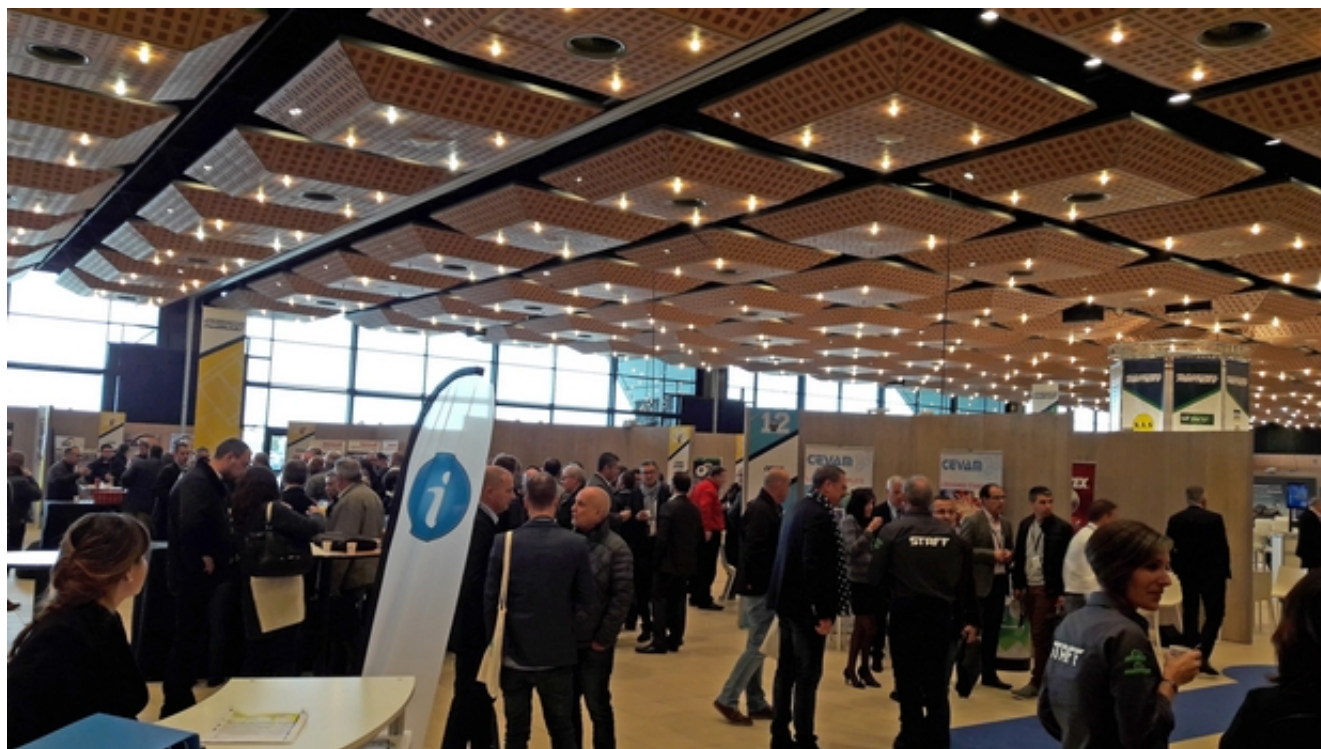


Convention Partner's : armés face à «la nouvelle donne»

jeudi, 03 novembre 2016

Le groupement de distribution Partner's a réuni ses adhérents pour un salon d'affaires avec les partenaires équipementiers et organisé sa convention annuelle afin de passer en revue les outils mis à leur disposition pour continuer à progresser dans un marché toujours plus concurrencé...



Le salon d'affaires des distributeurs Partner's, qui s'est tenu les 27 et 28 octobre derniers à la Grande Halle d'Auvergne, à Clermont Ferrand et qui a accueilli pas moins de 78 exposants, a aussi été le lieu de sa convention. L'occasion pour ce groupement de distribution indépendant, membre d'Alliance Automotive Group, de non seulement dresser un bilan de l'année mais aussi et surtout de mettre en lumière les outils mis à leur disposition pour affronter l'avenir.

Un avenir dans lequel la concurrence sera toujours plus nombreuse et plus vive ; un avenir synonyme de «nouvelle donne», et qui aura été le thème central de cette convention...

Des solutions Partner's pertinentes...

A fin septembre 2016, le groupement revendiquait des performances plus qu'honorables : dans une tendance de marché à +0,3% pour ce qui est du CA des ateliers sur l'entretien courant, les adhérents Partner's ont enregistré une hausse de leur CA de 5%. Surtout, leurs achats réalisés auprès des plateformes d'Alliance Automotive Group ont bondi de 9% ! Cette fidélité s'explique certes en partie par le profil des adhérents : il s'agit de plus petites structures de distribution que leurs "grands frères" sous panneau Groupauto, qui réalisent entre 1 et 2 M€ de CA par an et qui ont donc moins tendance à se faire livrer en direct par les fournisseurs référencés. Reste que le taux de fidélité atteint 47% chez les adhérents Partner's

lorsque la moyenne chez AAG est plutôt de 40%...

Et jouer le jeu en matière d'achats est bien la preuve de la pertinence des outils logistiques déployés par AAG pour le groupement. Les 249 magasins composant le réseau de distribution peuvent s'appuyer sur un maillage dense : entre les trois plateformes nationales (Blois, Le Rheu et Sainte Geneviève des Bois) qui ont accueilli 14 000 nouvelles références, les trois plateformes techniques (Le Rheu pour la pièce technique, Saint Amand Services pour l'offre vitrage et carrosserie, CPVI pour le PL) et les 9 plateformes de dépannage disséminées sur le territoire, les solutions d'approvisionnement sont multiples.

De même, le portail de commande, baptisé "Hub" chez Partner's et qui a bénéficié d'améliorations continues depuis le début de l'année, est aujourd'hui connecté à 14 plateformes du groupe et devrait l'être à l'ensemble des plateformes dans le courant de l'année prochaine. *«Cet outil, en perpétuelle évolution, doit voir son utilisation systématisée, a insisté Jean-Sébastien Bignozzi, afin d'identifier plus rapidement les lacunes en matière de couverture de gamme.»*

... face à une concurrence accrue

Et ces solutions logistiques, pièces et services doivent permettre aux adhérents Partner's d'affronter sereinement un marché en pleine évolution. Entre les concentrations d'acteurs (dont [AAG est... acteur lui aussi](#)) et des nouveaux entrants sur le marché de la rechange indépendante dont la puissance financière pourrait *a priori* inquiéter, Jean-Sébastien Bignozzi et Yves Dupont ont souligné les atouts dont dispose le groupement pour se défendre. De quoi permettre à Jean-Sébastien Bignozzi de déclarer : *«S'il ne faut certainement pas négliger cette nouvelle concurrence, il ne faut pas en avoir peur non plus !»*

A commencer par la compétence multimarque et sa proximité (le réseau compte près de 250 points de service et ambitionne d'accueillir 10 nouveaux entrants sur 2017). Mais c'est aussi par le biais d'une offre PR élargie que le groupement de distribution d'origine blésoise pourra faire la différence. Cette convention a ainsi été l'occasion de présenter la récente offre LabelOccasion lancée grâce au rachat du centre VHU niortais Genève Occasion. Avec la pièce d'occasion, les adhérents pourront permettre à leurs clients réparateurs de répondre à la future réglementation ; mais elle s'avère aussi une opportunité de business additionnel. *«Il existe une grande complémentarité entre l'offre d'un distributeur traditionnel et un centre de déconstruction, explique Jean-Sébastien Bignozzi, car ce dernier propose des pièces de carrosserie, des pièces captives, des articles "de pénurie" ou encore des moteurs complets...»*

Les adhérents se sont également vu présenter plus en détail l'offre pièces de carrosserie -neuve cette fois- de Saint Amand Service France, qui disposait d'un stand sur le salon d'affaires. Une corde supplémentaire ajoutée à l'arc des distributeurs Partner's, à l'instar des distributeurs et carrossiers Precisium quelques semaines plus tôt.

Enfin, un autre levier de business additionnel sera développé : le réseau d'entretien-réparation mécanique Mon Garage ainsi que son pendant en réparation-collision, Mon Carrossier. Le premier revendique d'ores et déjà près de 200 adhérents (dont 12 nouveaux sur l'année 2016) ; le second, beaucoup plus récent, regroupe 43 carrosseries (dont 12 nouveaux entrants là encore sur l'année). *«Cette "carte" réseau doit être jouée par davantage d'adhérents distributeurs»,* estime Yves Dupont, directeur des réseaux chez Partner's. Si 47 distributeurs adhérents développent actuellement le réseau, le directeur des réseaux Partner's s'est fixé l'objectif de voir ce nombre passer à terme à 100.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite