

Découvrez l'Oscaro tout nouveau, tout beau...

vendredi, 12 juillet 2019

A l'occasion de la première sortie médiatique d'Oscaro et de son nouveau DG, Jan Löning, une rassérénante certitude : un Oscaro nouveau est arrivé qui s'échine humblement à se positionner sur le pur do-it en laissant la délégation aux seuls réparateurs. C'est donc plus par maladresse que par provocation que l'étude-prétexte à cette prise de parole sous l'ère PHE/Autodistribution vient inutilement réveiller quelques vieux démons...



Qu'on se le dise ! Elle est oubliée, l'ère Pierre-Noël Luiggi, ses agaçantes rodomontades comme ses brillantes fulgurances. Finis, les sous-entendus plus ou moins subtils à l'encontre des réparateurs et des distributeurs voleurs. Chez l'Oscaro nouveau, place a été faite à l'humilité convalescente et au besogneux redressement.

La confiance est revenue

Jan Löning, DG d'Oscaro

Jan Löning, le nouveau DG d'Oscaro qui incarne la nouvelle stratégie, ne nous dira évidemment pas de

combien le *pure-player* a reculé suite à la grande crise de confiance -et de trésorerie- de l'été 2018, quand les rumeurs digitales d'un dépôt de bilan imminent commençaient à décimer ses commandes jusqu'à le pousser, exsangue, dans les bras de son repreneur PHE.

Même «*no comment*» de sa part sur ce recul à 250 millions d'euros (par rapport aux 320 de la grande époque) évoqué par les milieux dits informés. Il réfute en revanche la remontée trop lente et trop claudicante que le même milieu prête à l'entreprise : «*Nous travaillons et nous progressons régulièrement*», souligne-t-il en évoquant un retour, acquis ou imminent, aux 300 millions.

Une évidence toutefois : la confiance au moins est revenue, tant des fournisseurs que des clients-internautes dont les dizaines de milliers de plaintes en ligne de l'époque se sont enfin tues après [une campagne de 26 millions d'euros](#) de remboursements d'arriérés auprès de 500 000 clients excédés. La preuve en euros que «*nous bénéficions du soutien et de la volonté de notre actionnaire*», se félicite le DG d'Oscaro.

Le “repris de justesse” reste en liberté conditionnelle

Bien sûr, les fournisseurs gagnent en sérénité ce qu'ils perdent aussi, en échange, en conditions de vente. Ils constatent toujours plus nombreux que les achats d'Oscaro se consolident logiquement avec ceux des autres filiales de PHE. Mais pour ceux qui ont eu si peur à l'époque de voir sombrer leurs encours avec le navire Oscaro, c'est somme toute un bien moindre mal. Et pour PHE, permettre à Oscaro d'acheter mieux le met un peu plus sûrement sur le chemin de la profitabilité.

Pour l'Oscaro de PHE en tout cas, l'heure se veut de toute évidence au sage repositionnement sur le seul marché du do-it. Plus question de communication sulfureuse ni de positionnement ambigu. Le site se doit d'être dorénavant irréfutable auprès des internautes mais aussi de la distribution traditionnelle, maintenant qu'au sein de PHE, il voisine capitalistiquement avec Autodistribution, ses distributeurs et leurs clients réparateurs. Pour ces derniers, la vigilance reste de rigueur : ce repris de justesse par PHE restera encore longtemps en liberté conditionnelle...

Pas de centres de montage au programme

Pas question donc de raviver des querelles maintenant qu'on est en famille. Au risque même de priver Oscaro de potentiels de développement qui sont pourtant, chez ses concurrents directs, aussi communs et légitimes que nécessaires à leur croissance. C'est ainsi que l'on apprend qu'il n'y a toujours pas de projet de s'appuyer sur des centres de montage. Chez PHE, la délégation reste aux seuls réparateurs clients d'Autodistribution. On peut donc en déduire que l'offre en pneumatiques, [lancée par Pierre-Noël Luiggi les dernières semaines de l'année 2018 pour convaincre d'une hypothétique relance](#), restera en jachère. Il n'y a en effet pas de vente de pneus en ligne qui tienne sans centre de montage pour les réceptionner et les monter.

Cette volonté d'apaisement va même se nicher dans les éléments de langage distillés par cette première sortie médiatique d'Oscaro. Son baromètre invente pour l'occasion le terme de «*auto-réparateur*» pour qualifier l'automobiliste bricoleur. L'exact reflet d'un miroir infranchissable où son inverse -"réparateur auto"- restera du côté du territoire réservé d'Autodistribution. Les contraires sont complémentaires quand on ne les mélange pas...

Une MDD prochaine

Même logique de différenciation pour le nouvel Oscaro qui réfléchit, enfin, à sa propre MDD. Jan Löning tord immédiatement le cou à la persistante rumeur qui voudrait qu'Isotech, la MDD d'Autodistribution, se retrouve dans le million de références revendiqué par le site. *«Oscaro a besoin de sa marque de pièces, reconnaît-il ; mais elle ne s'appellera évidemment pas Isotech. Cette marque d'Autodistribution restera chez Autodistribution»*. Qu'importera effectivement l'éventuelle similitude des fournisseurs de ces deux MDD, pourvu qu'ensuite les gammes respectives de pièces s'habillent de packagings différents...

Même logique de respect des pré-carrés concernant le développement international d'Oscaro qui revient à l'ordre du jour. Le hasard veut certes que PHE soit en France, en Espagne, en Italie et au Benelux, exactement comme Oscaro, qui bricole aussi au Portugal. Le site priorisera évidemment ces marchés déjà défrichés où seule l'Espagne compte pour l'instant en pesant 10 % de l'activité du groupe Oscaro. Mais là s'arrête toute similitude : *«La logique veut évidemment que nous partagions nos perceptions de ces marchés avec PHE, explique Jan Löning ; comme il paraît logique que nous nous appuyions sur son tissu logistique chaque fois que possible. Mais nos stratégies resteront aussi différenciées que nos marchés respectifs»*.

Une étude plus maladroite que provocatrice

Du coup, on se demande bien pourquoi le nouvel observatoire d'Oscaro a voulu commencer par [un baromètre qui semble conçu pour hypertrophier le do-it en France](#). Car les chiffres et les conclusions de ce premier observatoire BVA-Oscaro conduisent déjà [la presse grand public](#) à distiller cette aussi spectaculaire qu'aberrante statistique : 28% des automobilistes répareraient eux-mêmes leurs voitures !

Est-ce bien le rôle d'un Oscaro repentant de venir ainsi remettre de l'huile sur le feu ? Sur ce genre de thème explosif, il devrait savoir mieux que personne que le message se confond avec son message, surtout quand on l'incarne historiquement.

Mais que nos lecteurs-réparateurs se détendent toutefois et reprennent une vie normale. Car il faut juste comprendre qu'ils sont 28% d'un panel de 1 003 automobilistes doublé de 1 640 clients Oscaro interrogés entre le 6 et 10 juin 2019 à avoir *«effectué au moins une fois un entretien ou une réparation lors des 24 derniers mois sur leurs véhicules»*.

L'imprécis et inoffensif «auto-réparateur»

Et une fois admis que ces «auto-réparateurs» se considèrent comme tels dès un simple changement de roue crevée comme nous l'avouera BVA, une fois que le même BVA aura précisé qu'il ne sait pas si l'auto-réparateur qui pratique des opérations d'entretien courant parle d'un balai d'essuie-glaces ou d'une vidange, les pros de l'entretien-réparation se détendront sûrement pour retourner sereinement à leurs ateliers, forts de cette certitude tranquille : non, Oscaro et consorts ne leur ont pas déjà pris 28% des entrées-ateliers.

Et non, le loup n'est pas de retour dans la bergerie d'Autodistribution. Car il y a plus de maladresse que de provocation dans cette étude presque contre-productive en ce qu'elle fait croire à ceux qui en font une lecture rapide qu'un automobiliste sur 10 est un “do-iteur”. Elle est même inutile, car ses conclusions sont

trop vagues pour répondre à la question de la nature et de la limite réelles de l'auto-réparation qui intéresse la presse dite professionnelle et inquiète généralement les entreprises de réparation. Pourquoi dès lors laisser croire aux non-spécialistes de la presse grand public que 28% des automobilistes réparent un pneu crevé comme on pose une rustine de vélo ou que les mêmes 28% déposent et montent un embrayage comme on remplace un accessoire de robot ménager ?

Chasser l'esprit frappeur de Pierre-Noël Luiggi

Ce n'est d'ailleurs pas la seule maladresse de l'étude. Les réparateurs verront aussi dans la même presse grand public qu'Oscaro/BVA soutient que l'activité d'auto-réparation se passe entre amis ou en famille comme on partage un Cluedo ou un barbecue dans les rires et la joie. Les pros savent pertinemment qu'elle se pratique surtout avec des blackeurs, des auto-entrepreneurs ou certains de leurs employés le week-end. Ils se demanderont donc (pour rester poli) si Oscaro ne se remet pas à les provoquer comme au bon vieux temps.

Surtout quand ce dernier affirme imprudemment que les achats de pièces par des professionnels sont marginaux chez lui, alors que son principal concurrent Mister-Auto confessait 30 à 50% de son chiffre d'affaires fait avec des pros ou des "semi-pros" et ce, avant même qu'il [ne formalise une offre dédiée auxdits professionnels...](#)

L'esprit frappeur de Pierre-Noël Luiggi rôde-t-il encore dans les recoins du vaste dernier étage du 6-8 boulevard Haussman ? Si c'était le cas, l'exorciste PHE saura sûrement y psalmodier quelques incantations purificatrices...