

## Equip Auto 2019 – Réseau AD : Préférence 2022 en ligne de mire...

mardi, 29 octobre 2019

Services, solutions métiers, digitalisation, visibilité... les adhérents sous panneau AD ont pu vérifier sur le salon que l'enseigne était en ligne avec les ambitieux objectifs assignés dans le cadre du Plan Préférence 2022 dévoilé au dernier congrès de Malte...



*Cette année, le stand Autodistribution attendait au moins 7 500 visiteurs durant Equip Auto...*

[Si l'actualité était dense pour le groupement Autodistribution](#), ses réseaux de réparation n'étaient pas en reste. Entre les nouvelles perspectives de marché offertes par les technologies avancées des véhicules récents ou au travers d'une réglementation environnementale toujours plus stricte, les adhérents ont pu faire le plein de solutions pour capter de nouveaux marchés, optimiser leur productivité au quotidien et voir plus clair sur un marché du vitrage et de la carrosserie qui auront tous deux en 2019 été synonymes de la "révolution" des ADAS...

Pour répondre à ces nouvelles problématiques, Autodistribution a des solutions, tant en formation via son Institut AD qu'en matériels de garage.

Les réparateurs AD proposent un maillage toujours plus dense. Depuis janvier, le réseau dans son ensemble a accueilli 50 nouveaux membres : AD mécanique enregistre une progression nette de +40 pour atteindre 1 380 membres, tandis que le réseau AD Carrosserie a connu l'arrivée de dix nouveaux adhérents et passer à 707 carrosseries. Au total, AD Garages a donc largement dépassé le cap symbolique des 2 000 points de vente.

Et le réseau Autoprime, un temps passé sous silence, n'a pas été oublié pour autant. Ce réseau de plus de 1 000 réparateurs devrait d'ailleurs se voir administrer une sérieuse cure de vitamines courant 2020...

## Objectif productivité

Les adhérents ayant pu se rendre sur le salon (et ils ont été nombreux) ont ainsi pu prendre connaissance des nombreuses évolutions d'outils et services existants et l'arrivée de services inédits. Avec pour tous le même objectif de simplification.

Pour les premiers, l'outil baptisé Mon Espace AD, annoncé lors du grand [congrès de Malte en septembre 2018](#) et lancé au mois de décembre suivant, connaît un franc succès : 98% des réparateurs du réseau ont en effet activé leur compte. Sur cet espace, ils peuvent à tout moment y retrouver toute l'actualité du réseau, 40 fiches tarifaires, une vingtaine de partenariats, le catalogue de formations proposé par l'Institut AD ou encore les différentes solutions métiers proposées par Autodistribution (Autossimo, Opisto.fr, AD.fr...).

Quant aux DMS, la solution métier destinée aux ateliers mécaniques, AD-MS 360, intègre depuis le début de l'année les accords-cadres conclus par le réseau, avec les conditions des contrats. Les apporteurs d'affaires peuvent de leur côté valider la prestation directement depuis l'interface.

La grande nouveauté est l'arrivée prochaine du DMS double enseigne Alpha 2A-Sigmac, dont le lancement de la phase pilote a été annoncé sur le salon. Le logiciel reprend ainsi les fonctionnalités du logiciel de carrosserie Alpha-Sigmac agrémenté des fonctionnalités de AD-MS 360 pour l'activité mécanique, permettant aux professionnels (ils sont entre 120 et 130 dans le réseau à exercer la double activité), de piloter l'ensemble de son activité depuis un seul et même outil.

Autres solutions apportées par Autodistribution pour son réseau : une hotline juridique pour accompagner les adhérents sur toute question relevant du droit social, fiscal ou droit des sociétés. Par ailleurs une solution de médiation client, elle aussi annoncée à Malte et imposée par la législation, a été mise en place. Jusqu'à présent, elle n'a visiblement pas été enclenchée par un seul des membres du réseau...

## Apport d'affaires digital

Faisant aujourd'hui partie intégrante du quotidien des ateliers sous enseigne AD, le digital est plus que jamais leur premier apporteur d'affaires. Des chiffres qui ne trompent pas : le site ad.fr cumule 13 300 rendez-vous en ligne depuis le début de l'année, soit une hausse de 32% par rapport à la même période un an plus tôt. A travers la prise de rendez-vous en ligne sur ce site, les ateliers se sont partagés un CA de 2,2 M€, soit 32% de plus qu'en 2018.

Les garages AD sont également présents sur le site iDGARAGES.com, pionnier de l'intermédiation entre professionnels de l'entretien-réparation et internautes souhaitant faire entretenir leur véhicule. Ce dernier revendiquait à fin septembre 43 200 rendez-vous générés (+16% par rapport à 2018), pour un CA de 4,9 M€ apportés aux réparateurs inscrits sur sa plateforme (+13% que l'an passé).

## Communication : une notoriété toujours plus forte

A cette stratégie digitale, le réseau investit fortement depuis 5 ans dans la communication TV. Avec un nouveau slogan «AD, c'est sûr», dévoilé au congrès de Malte, l'enseigne se montre sur la France en sponsorisant la météo, sur TF1 en tant que partenaire de l'émission quotidienne «C'est Canteloup», et au

travers de vagues de spots sur différentes grandes chaînes nationales (TF1, M6 et chaînes de la TNT).

Trois spots ont été diffusés depuis Malte, sur les thèmes du multimarquisme, du site Ad.fr et du diagnostic électronique. Autodistribution a profité d'Equip Auto pour annoncer le lancement de deux spots inédits ayant cette fois pour thème l'offre dédiée au contrôle technique et la garantie à vie pour les interventions de carrosserie.

Résultat : le taux de notoriété assisté de l'enseigne ne cesse de progresser depuis 2015. Lorsqu'il n'était que de 31,8% en juin de cette année-là, il a atteint cette année 46%...

### **Le vitrage en ligne de mire ?**

Lassé de voir une enseigne particulièrement renommée se tailler la part du lion sur le lucratif business du remplacement et de la réparation de pare-brise, Autodistribution pourrait très prochainement avancer ses pions sur ce secteur d'activité.

*«Sur ce marché, la proximité est une notion capitale», souligne sobrement Laurent Desrouffet, directeur des réseaux VL Autodistribution. Et d'énumérer les différentes enseignes faisant partie de la grande famille Autodistribution : «si l'on cumule les 300 points de vente sous panneau Mondial Pare-Brise, les 380 de l'enseigne Glass Auto service, les 1 380 garage AD ainsi que les 707 carrossiers, on dispose d'une force de frappe à même d'aller concurrencer les meilleurs de la catégorie...»*

A savoir les 450 centres Carglass, le N°1 de l'activité vitrage en France. Le plus compliqué -et sûrement aussi le plus passionnant- restera d'organiser la complémentarité de toutes ces enseignes pour optimiser le business vitrage...