

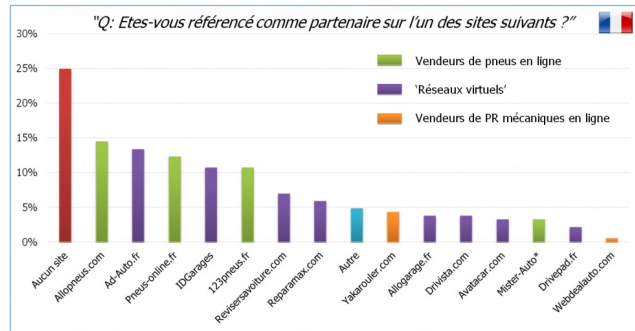
## Exclusif - le poids de la pièce internet chez les réparateurs!

dimanche, 29 mai 2016

Quelle relation les réparateurs français ont-ils avec Internet ? Combien sont-ils à acheter leurs pièces et pneus en ligne ? Auprès de quels sites ? Combien d'entre eux montent les pièces apportées par les consommateurs ? Internet a-t-il déstabilisé la distribution traditionnelle des pièces, indépendante comme constructeur ? Les réponses apportées par la partie française de cette nouvelle étude européenne d'ICDP(\*) sont passionnantes...



75% des MRA sont enregistrés comme 'partenaires' sur un ou plusieurs sites Internet, mais aucune de ces plateformes ne domine clairement



Source: Enquête réparateurs ICDP 2016

\*Mister-Auto: monteurs pneus seuls

Résultats issus des seuls répondants français à l'enquête européenne d'ICDP(\*). Cliquez sur l'image pour l'agrandir.

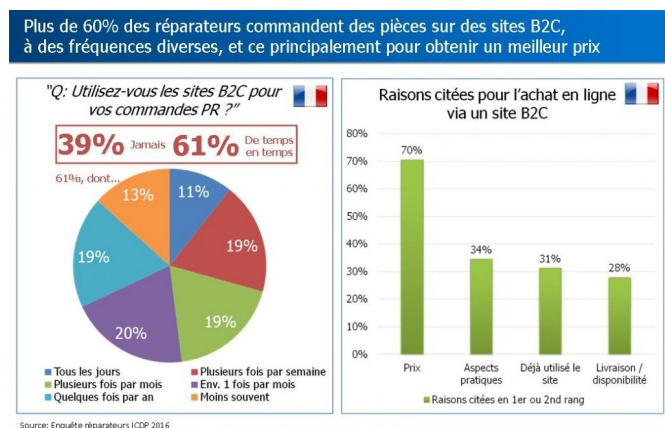
Certes, même si les 353 réparateurs français interrogés par ICDP<sup>(\*)</sup> sont en liens avec ces divers sites jugés principaux, ces derniers ne se ressemblent pas. D'un côté, il y a les sites "pragmatiques" de ventes de pièces ou de pneus en ligne (en vert). Initialement BtoC, ils utilisent les réparateurs soit parce qu'ils ne peuvent s'en passer (sites de pneus), soit parce que l'atelier de montage permet d'étendre les territoires commerciaux des sites de vente de pièces au-delà des "do-iteurs" purs et durs qui ont fait leurs premières années de croissance.

De l'autre côté, il y a les sites "missionnaires" que l'étude appelle les "réseaux virtuels" (en violet). Ils sont certes tout autant orientés BtoC, mais au profit revendiqué des réparateurs (Ad-auto.fr), ou afin d'en prolonger la visibilité sur internet (IDGarages, reparamax, Revisersavoiture ou Drivista).

Si aucun de ces deux types de sites ne dominent clairement comme le constate l'étude, trois évidences apparaissent néanmoins :

1. **25% seulement des réparateurs se tiennent encore à l'écart d'une présence internet.** Est-ce si étonnant ? Ces réparateurs non-digitalisés sont probablement péri-urbains ou ruraux, là où la proximité demeure encore physique et la présence internet, encore subsidiaire.
2. **Le bon classement des sites de vente de pneus en ligne montre que les réparateurs sont plus facilement monteurs de pneus que monteurs de pièces.** Probablement parce qu'ils ont fait le deuil de la faible marge subsistant sur le pneu et parce qu'ils savent aussi que le montage ne peut se réaliser sans eux. Probablement aussi parce que leurs fournisseurs historiques ont soit renoncé à jouer un rôle dans le pneumatique (distributeurs-stockistes), soit s'acharnent, mais sans être en mesure de fournir un prix compétitif (réseaux constructeurs)...
3. **Les réparateurs préfèrent les sites "amis".** Le meilleur classement des "réseaux virtuels" par rapport aux sites de ventes de pièces en ligne prouve aussi que les réparateurs privilégient logiquement les sites qui prolongent l'entièreté de leurs prestations (pièces+MO) sur ceux qui les privent du business pièces en s'adressant directement aux consommateurs. Et c'est éminemment logique...

**61% des pros achètent auprès des sites BtoC, dont le tiers le fait souvent...**



Résultats issus des seuls répondants français à l'enquête européenne d'ICDP<sup>(\*)</sup>. Cliquez sur l'image pour l'agrandir.

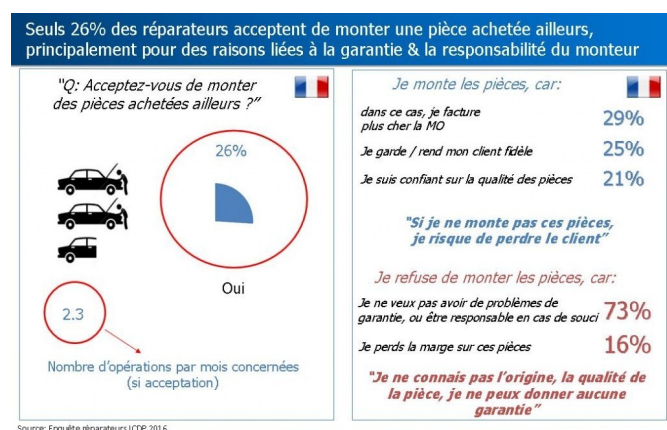
Cela dit, le précédent graphique montre que l'internet BtoC est incontournableement entré dans l'idée que

se font les réparateurs du business actuel. Pour preuve : 61% des réparateurs interrogés disent commander “*de temps en temps*” des pièces sur les sites BtoC, c'est-à-dire les sites de ventes en ligne grand public de pièces et certainement majoritairement, de pneus. Le tiers de ces 61% le fait “*tous les jours*” ou “*plusieurs fois par semaine*”. Le tiers de 61% qui en ont pris l'habitude, c'est tout de même environ 20% de l'ensemble des réparateurs...

Quant aux raisons qui les font s'intéresser à cet approvisionnement auprès des Oscaro, Mister-Auto et autres Yakarouler, c'est évidemment le prix pour 70% des réponses...

Voilà qui confirme clairement l'un des débouchés ?encore tabou– des sites grand public : une partie non négligeable de leurs clients sont des pros. Et puisque l'étude a interrogé des patrons d'entreprises de réparation qui ont pignon sur rue (le questionnaire a été envoyé sur la base segmentée d'apres-vente-auto.com), il ne s'agit donc pas, en l'occurrence, d'auto-entrepreneurs ou de salariés d'entreprises qui sont habituellement accusés d'acheter sur ces sites grand public pour arrondir discrètement leurs fins de mois...

### 26% des réparateurs montent les pièces de leurs clients



Résultats issus des seuls répondants français à l'enquête européenne d'ICDP(\*). Cliquez sur l'image pour l'agrandir.

Autre information de cette étude : 26% des réparateurs interrogés disent monter des pièces achetées par les consommateurs. Ce chiffre peut paraître important. Mais il faut se souvenir qu'en 2012, la dernière fois qu'ICDP posait cette question à cette même cible, [ils étaient alors... 35,3%](#) à l'accepter !

Il est vrai que depuis 4 ans, la peur de la concurrence internet a reflué au fur et à mesure que la vague de la pièce en ligne se calmait. Les réparateurs ont constaté que la part de marché prise par les sites de vente de pièces en ligne est arrivée à un maximum après avoir pillé prioritairement les ventes des linéaires de centres auto. Ils ne craignent plus d'être “centrifugés” par la vente des pièces en ligne. La résistance s'est donc probablement renforcée, chez ceux qui acceptent par opportunisme seulement comme chez ceux qui refusent encore par principe. Une autre preuve qu'internet ne sent plus le soufre et qu'il devient un canal comme les autres...

- **Les raisons de ceux qui acceptent** : C'est la peur de perdre le client qui est le premier moteur de cette résignation, comme le prouvent les *verbatim* de l'enquête. Mais 29% de ces réparateurs facturent alors plus cher leur main d'œuvre et 25% se consolent en vivant leur acceptation comme

un possible outil de fidélisation.

- **Les raisons de ceux qui refusent** : l'argument de la garantie et de la responsabilité est très majoritaire (73%), quand 13% seulement avouent leur refus de perdre la marge sur la pièce. Il y a probablement un peu d'hypocrisie chez les premiers. Mais l'argument garantie/responsabilité est imparable car il est fondé sur une réalité légale. Et il a aussi l'avantage de faire réfléchir les consommateurs, surtout les moins bricoleurs, qui tentent l'aventure de la pièce internet...

#### **Les distributeurs traditionnels tiennent bon**

*Résultats issus des seuls répondants français à l'enquête européenne d'ICDP(\*). Cliquez sur l'image pour l'agrandir.*

Autre preuve que les canaux traditionnels de distribution de pièces ont bien résisté à la vague de la vente de pièces en ligne : les réparateurs indépendants, comme les RA1 et RA2, sont restés très majoritairement fidèles à leurs distributeurs historiques respectifs et privilégient encore le canal de dépannage traditionnel de l'autre camp quand il faut trouver la pièce indisponible.

Le fait d'ailleurs de voir les démolisseurs (qui vendent certes aussi de la pièce neuve) privilégiés par les indépendants comme les réseaux constructeurs (4% chacun) montre que les sites grand public ont encore de gros efforts à faire, qu'ils déploient des options BtoB (Allo pneus), ou qu'ils soient nés BtoB (Originauto ou 07ZR). *A fortiori* maintenant que les réseaux de distributeurs traditionnels ont renforcé leurs "plateformes régionales" et leur rapidité de dépannage, d'autant. Et surtout, maintenant qu'ils accroissent leurs digitalisations et se disent prêts à suivre les exemples novateurs BtoB si le besoin s'en faisait réellement sentir...

Enfin, il faut aussi se pencher sur cet autre versant de l'étude ICDP qui quantifie les modes de commande de pièces des réparateurs chez leurs distributeurs. Les réponses montrent que la commande en ligne est

majoritaire chez les réparateur agréés et deuxième chez les indépendants, juste devant ou juste derrière le bon vieux téléphone. Et surtout, que les réparateurs sont très peu nombreux à se rendre physiquement chez le distributeur (voir «[Commandes de pièces : 1% seulement des réparateurs vont les chercher !](#)»)...

*(\*) Enquête administrée par ICDP au premier trimestre 2016 (questionnaire en ligne) auprès de 1 800 professionnels interrogés en Europe, dont 353 en France. Ces réponses publiées sont issues de ces seuls 353 répondants français dont 43,34% de MRA, 25,78% d'agents et 22,66% de carrossiers.*

---

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite