

Midas : nouveau DG et ambitions relevées

mardi, 28 septembre 2021

Franchise Expo 2021 a été l'occasion pour Midas de dévoiler le visage de son nouveau directeur général, Julien Gourand, et d'afficher de grosses ambitions de développement pour la période 2022-2024.



De gauche à droite, Sébastien Etienne, nouveau directeur développement du réseau, et Julien Gourand, nouveau directeur général.

Officiellement nommé directeur général le 1er mai dernier, Julien Gourand est un pur produit de l'enseigne d'entretien auto. Arrivé chez Midas il y a dix-huit ans, à un poste de contrôle de gestion, l'homme a gravi les échelons progressivement. Directeur financier en 2012. Directeur du réseau en 2018. Et désormais à la tête d'une enseigne qui vise les 450 centres d'ici la fin de l'année 2024.

Pour son premier Franchise Expo en tant que DG, Julien Gourand ne se cache pas : la volonté affichée du dirigeant est d'accélérer le développement du réseau. Avec un recul logique du chiffre d'affaires en 2020 mais une saison estivale 2021 qualifiée d'exceptionnelle par l'intéressé, qui affirme que « *Midas va finir l'exercice, qui se conclut le 30 septembre prochain, au-dessus des résultats 2019* », pourtant déjà bons.

Les concessionnaires et agents visés

Sans détailler le chiffre d'affaires global du réseau, le dirigeant est confiant dans le pouvoir d'attraction de Midas à l'ère post-Covid-19. Avec 14 centres ouverts en 2020 et 18 en 2021, l'enseigne vise une trentaine d'ouvertures en 2022, alors qu'elle n'affichait jamais d'objectifs supérieurs aux 20 ouvertures par le passé. « *C'est au-delà de notre rythme de croisière* », confie Julien Gourand. Mais Midas compte sur 70 à 100

contacts sur l'édition 2021 de Franchise Expo pour garnir son portefeuille de prospects sérieux.

« *D'avantage de professionnels de l'auto viennent nous voir cette année. Le monde des enseignes constructeurs est en plein chamboulement et nous avons reçu des concessionnaires et des agents sur notre stand, en quête de conversion ou de diversification vers une activité multimarques, ou d'élargissement de leur zone de chalandise. Midas est en mesure de leur offrir un accompagnement financier, une notoriété importante et des activités complémentaires* », affirme le directeur général.

Un modèle d'adhésion renouvelé

Pour attirer davantage d'entrepreneurs, Midas a revu à la baisse ses royalties, mis en place un taux progressif pour les centres de moins de 500 000 € de CA et pour les établissements multisites, notamment. En outre, l'enseigne mise sur les investissements du groupe Mobivia, sa maison-mère, dans la formation aux nouvelles technologies – électrification, électronique avancée, prestations techniques – pour assurer la montée en compétences des nouveaux collaborateurs tout comme des actuels.

Midas veut également assurer un volume d'entrées-atelier plus important à ses adhérents par la signature d'accords grands comptes avec les grandes flottes d'entreprise et de loueurs. « *Nous répondons, via notre solution Fleet-Hub commune avec Norauto, des appels d'offres auprès de clients nationaux et internationaux. L'activité flottes pèse environ 10% du business du réseau mais jusqu'ici, il s'agissait plutôt de flottes en local, même si nous sommes partenaires depuis plusieurs années de LeasePlan* », reconnaît Julien Gourand. Le partenariat avec Share Now pour l'entretien de la flotte parisienne de 900 Smart électriques de la société d'autopartage est un exemple de cette stratégie.

Toujours plus de services

Julien Gourand l'affirme : « *Midas se veut un hub de services* ». La diversification en fait partie. Un partenariat avec Carglass est en cours de déploiement et 240 centres ont déjà signé pour le déployer. La notoriété des deux marques combinées est un atout. « *Notre Net promoter score (NPS) ensemble est de 84 points* », se réjouit le directeur général. Autre partenariat, celui avec Carméléon pour le spot repair, qui existe depuis près de trois ans mais qui doit enfin dépasser la phase de test pour se déployer massivement.

Le contrat d'entretien basé sur l'offre Midas Connect en collaboration avec Xee et ses fameux dongles va aussi être relancé au printemps 2022. « *Nous voulons nous appuyer sur toutes les remontées de données en temps réel que nous permet cette solution pour affiner les services proposés à nos clients* », confirme Julien Gourand. Enfin, une véritable offre produits devrait être disponible sur le site web de l'enseigne dans les mois qui viennent, afin de compléter les besoins d'entretien saisonniers des clients par des produits dédiés : chaînes à neige, coffres de toit, etc.

D'autant que le site web et les partenariats avec des plateformes d'intermédiation comme Vroomly pèsent désormais entre 7 et 10 % du CA. « *C'est une vraie porte d'entrée vers nos ateliers et le taux de transfert devient vraiment intéressant* », se félicite le directeur général, qui espère voir ce taux augmenter dans les mois à venir.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite