

Oscaro : confinement besogneux, déconfinement ambitieux

jeudi, 25 juin 2020

Resté ouvert durant la crise sanitaire, Oscaro a dû et su s'adapter pour assurer la continuité de ses activités. Il profite aujourd'hui du déconfinement pour reprendre les projets initiés en début d'année, avec en priorité son développement à l'international et le lancement de la MDD... Oscaro.

Oscaro annonçait juste avant les mesures de confinement [avoir retrouvé la croissance et sa rentabilité opérationnelle en 2019](#). Il surfait, comme d'ailleurs l'ensemble des acteurs de l'après-vente, sur un *trend* très dynamique durant les premiers mois de 2020. La crise sanitaire due au Covid-19 a eu, comme partout ailleurs, un impact pour l'entreprise. Cette période aura toutefois permis de démontrer la pertinence du modèle, ou sa «*résilience*» comme l'autre entité du groupe PHE, le groupement Autodistribution, aime à le souligner pour lui-même depuis la fin de la crise sanitaire.

Cette résilience, Jan Löning, directeur général d'Oscaro, l'explique d'abord par le retour préalable aux fondamentaux qui ont permis ces bons résultats depuis le rachat du pure player par PHE fin 2018 : un catalogue électronique précis, un service client efficient, une promesse prix tenue et des délais de livraison raisonnables. «*Notre modèle économique - la vente de pièces détachées auto à des auto-réparateurs propriétaires de véhicules de 10 ans et plus - a ainsi démontré sa pertinence quel que soit le climat économique*», déclare le patron du site marchand.

Continuité, agilité

Avant cela et comme le reste du groupe PHE, le site à dès le début pris le parti de demeurer ouvert durant la période de confinement. «*Notre choix a reposé sur deux raisons principales*, explique Jan Löning : *d'abord, nous tenions à œuvrer à la mobilité des Français. Notamment ceux qui, de par leur profession, étaient en première ligne dans la lutte contre la propagation du virus. Notre opération de soutien destinée aux personnels soignants, leur octroyant 20% de réduction sur tous les produits commercialisés sur le site Oscaro, allait dans ce sens* (NdlR : plus de 1 000 soignants en pu en bénéficiers). *Ensuite, nous venions de sortir la tête de l'eau. Nous nous devions d'assurer la continuité du service pour nos clients.*»

Il a donc fallu se montrer rapide et agile. Comme mettre l'ensemble du service client en télétravail, ce qui fut fait en 24h. Il a aussi fallu rassurer les équipes des sites logistiques, forcément soucieuses pour leur sécurité en pleine période de propagation du virus. «*Nous avons davantage communiqué en interne, et nous avons mis en place des comités sanitaires afin de garantir la sécurité des collaborateurs affectés à la préparation des colis et qui ne pouvaient pas télétravailler.*» Concertation et communication ont donc pu assagir [le vent de révolte qui avait un temps soufflé dans les sites logistiques](#).

La question des appros et du transport

Deux autres points étaient susceptibles d'enrayer la machine. En amont bien sûr, les approvisionnements des fournisseurs. Sur ce point, hormis quelques exceptions, aucune rupture de stock synonyme de vente ratée n'a été à déplorer. En aval aussi, avec la problématique de la livraison des colis aux clients internautes.

«*Avant le confinement, 60% de nos colis étaient acheminés vers leurs destinataires au travers du concept Relais Colis, qui s'est arrêté avec la fermeture des commerces dès le début de la phase de confinement*, précise Jan Löning. *Nous avons multiplié et intensifié nos autres partenariats pour assurer les livraisons, que ce soit avec Colissimo, France Express, GLS, UPS et, depuis mai, avec Mondial Relais.*»

Mais si la qualité de service des transporteurs et livreurs semble se normaliser, le retour aux pleines capacités reste encore à consolider.

In fine, après une baisse importante de chiffre d'affaires durant la 2^e quinzaine du mois de mars (avec des chutes erratiques entre -15 et -40% selon les jours), l'activité a progressivement repris en avril. Jusqu'à atteindre fin mai le même niveau de croissance d'un an plus tôt, constate le DG d'Oscaro...

Développement à l'international...

Maintenant passé le fort de la crise et avec le retour de niveaux d'activité davantage dans la norme, le site marchand peut réactiver les chantiers annoncés en mars dernier mais mis entre parenthèse durant le confinement. Au premier rang desquels demeure la ferme volonté de conquérir un autre marché européen.

Pas plus d'informations évoquées hier par Jan Löning que ce que l'on avait déjà pu apprendre lors de la précédente conférence de presse de mars dernier. Il s'agit d'un pays européen, limitrophe de l'Hexagone. Le site internet étant déjà présent, même si ce n'est que de manière presque anecdotique, en Belgique, en Espagne et au Portugal, les points de chute s'avèrent donc limités : l'Allemagne, où la vente de pièces sur la toile est particulièrement concurrencée, ou plus vraisemblablement l'Italie, où PHE possède un tissu de structures physiques au travers d'Autodis Italia. Seule information concédée : ce sera vraisemblablement pour début 2021.

Le pneu toujours orphelin de centres de montage

Mise également en stand by pour cause de covid-19, l'offre pneumatique va être réactivé au travers du nouveau moteur de recherche. Avec l'objectif de faire passer la part des pneus dans le chiffre d'affaires du site marchand d'un anecdotique 1% à 5, voire 10%. Toujours pas question en revanche de recruter des centres de montage : ce n'est pas plus officiellement en phase avec les gènes d'Oscaro qu'officieusement compatible avec la gêne que cela occasionnerait inmanquablement chez les distributeurs et réparateurs animés par PHE...

Fort de tous ces projets, Jan Löning, s'il entend rester prudent, se veut donc assez confiant. Outre les ambitions retrouvées d'Oscaro, «*le changement de comportement des consommateurs lié au coronavirus va vraisemblablement bénéficier durablement au e-commerce en général*». Et peut-être à l'entretien des véhicules en particulier, eux qui s'annoncent si nombreux [sur les routes de vacances hexagonales](#)...

De quoi envisager un retour aux 300 M€ de CA annuel de l'entreprise dès cette année 2020 ? Il faudra attendre début 2021 pour le savoir... peut-être, tant la disette de chiffres et de précisions devient la signature de la communication du site.

La MDD "Oscaro" pour cette année

L'autre projet évoqué avant le confinement concernait le lancement d'une MDD. Elle est confirmée pour cette fin d'année.

Si le périmètre de cette nouvelle offre n'a pas été précisé, il est définitivement clair qu'Oscaro ne reprendra pas à son compte Isotech, la MDD du groupement Autodistribution, si ce n'est pour profiter en back-office de ses sources d'approvisionnement et de ses prix.

«Lorsque l'on a une image aussi forte que la nôtre auprès du grand public, on capitalise dessus»,

estime Jan Löning avec un sourire entendu. La MDD s'appellera donc assez probablement...
Oscaro.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite