

RA1 et Carrosserie AD : BMW Niort adepte convaincu du multimarquisme

mardi, 27 avril 2021

L'attrait du multimarquisme est fort dans le métier de la carrosserie et séduit jusqu'aux concessionnaires. La preuve avec BMW Niort, dont l'activité carrosserie a été placée sous enseigne AD par le Groupe Talbot il y a plusieurs années.



Carrosserie Illico. C'est sous ce nom que l'activité de réparation-collision de la concession BMW de Niort, dans les Deux-Sèvres (79), existe depuis qu'elle a été placée sous l'enseigne Carrosserie AD. Ceci grâce à l'impulsion du Groupe Talbot, distributeur Autodistribution, et de la famille Juillet, il y a de cela plusieurs années. Propriétaire de longue date du garage agréé par la marque allemande, cette dernière a eu beau céder l'affaire au Groupe Guenant, cela n'a pas empêché le partenariat avec le réseau AD de

perdurer. En effet, « *le contrat avec AD a été reconduit en 2020 car celui-ci est considéré comme un véritable apporteur d'affaires* », témoigne Sébastien André, responsable après-vente de BMW Niort.

Forte d'un chiffre d'affaires de quelque 500 000 euros, la Carrosserie Illico réalise environ 65 % de son activité en réparations multimarques. Un apporteur d'affaires d'autant plus engagé qu'il permet à l'établissement de nouer de nouveaux liens d'apport d'affaires, notamment avec des assureurs. « *Nous bénéficions de l'ensemble des accords grands comptes AD et sommes agréés Maif, Macif et Covéa. S'offre également à nous la possibilité de conclure de nouveaux agréments* », précise Sébastien André. « *Nous faisons en sorte d'orienter un maximum de business vers nos adhérents Carrosserie AD : cela fait partie du cahier des charges de l'enseigne* », confirme Pierre-Olivier Talbot, directeur général du Groupe Talbot.

AD, un soutien commercial et humain

Avec trois carrossiers, trois mécaniciens et un réceptionniste, la Carrosserie Illico réalise quelque 75 entrées-atelier par mois et son identité mutimarques l'a aidé à « *mieux résister à la crise de 2020* », selon Sébastien André, même si le nombre de véhicules BMW sur la zone de chalandise de la concession est en croissance également. « *De manière générale, l'ensemble de nos partenaires sous enseigne Carrosserie AD sont restés solides face à l'épidémie, grâce au soutien que nous fournissons dans le pilotage d'entreprise et au niveau de l'apport d'affaires* », confirme Pierre-Olivier Talbot.

Et l'enseigne AD n'apporte pas que des avantages commerciaux à la Carrosserie Illico. Elle lui offre aussi des opportunités humaines, notamment en matière de formation. « *La marque BMW a ouvert une session de formation à la carrosserie mais c'est récent : le Groupe Talbot nous fournit de son côté de beaux programmes de formation auprès de ses partenaires, comme Cesvi France, ou au travers de soirées techniques* », appuie Sébastien André.