

Solutrans 2017 - AD Poids lourds en ordre de marche

mardi, 28 novembre 2017

Le groupement de distribution Autodistribution, qui a récemment modifié l'organigramme de son activité AD Poids Lourds, a présenté sa stratégie misant sur une refonte de son schéma logistique, une montée en compétences de ses collaborateurs, et le déploiement de la nouvelle enseigne Alltrucks...



Guillaume Faurès, directeur des activités poids lourds du groupe, exposant la nouvelle stratégie logistique d'Autodistribution.

AD PL a profité de Solutrans pour afficher de grandes ambitions, après un remaniement dans l'organigramme de son activité PL qui a vu notamment l'arrivée de Guillaume Faurès à sa direction. Objectif : remettre AD PL sur les rails dans un marché particulièrement concurrenté, dont les volumes de vente VN ont reculé de presque 10 000 unités en dix ans (passant de 55 000 à 47 000 aujourd'hui), et où parallèlement le cœur de cible du groupement ?les véhicules moteurs de 5 à 10 ans? a accusé une chute de près de 20% sur le parc roulant français !

Si l'on y ajoute les constructeurs qui développent massivement les contrats d'entretien (30% des VN vendus en moyenne, toutes marques confondues), dont certains sont proposés sur des périodes allant jusqu'à 8 ans, la réponse du groupement devenait nécessaire... Aussi, les grandes orientations pour 2018 portent sur une remise à plat du schéma logistique et une montée en compétence – tant au niveau des

magasins que des ateliers.

Logistique : objectif H+4 partout en France

Le réseau de distribution est aujourd'hui de 50 distributeurs et un peu plus de 200 points de vente. Pour leur permettre d'être toujours plus compétitif et de disposer de la bonne pièce en un temps réduit, l'ensemble du schéma logistique a été repensé.

En amont, la plateforme nationale (ex-Bremstar) a bénéficié d'un investissement d'un montant de quelque 500 K€ pour la moderniser et l'équiper notamment d'un WMS (Warehouse Management System – système informatique) flambant neuf. En outre, ses 10 000 m² de surface vont accueillir significativement plus de références, pour passer des 18 000 actuelles à 25 000 d'ici la fin de l'année prochaine.

côté aval, cette plateforme nationale alimentera des plateformes régionales à J+1. Au nombre de six actuellement, elles devraient passer à 10 au minimum en 2018, afin de garantir à tous les points de services une livraison en H+4. Situées essentiellement sur les sites des filiales, elles disposeront d'un stock d'environ 8 000 références. *«Nous allons passer d'une multitude de stocks qui accueilleraient moins de références à des sites moins nombreux mais offrant une capacité de stockage autrement plus importante»*, résume Guillaume Faurès.

Force de vente renforcée

En parallèle, la force de vente est renforcée. Elle compte désormais 20 managers commerciaux, 200 commerciaux sédentaires (magasiniers) et 150 commerciaux itinérants.

Cette force de vente s'appuiera sur le e-book, outil digital de pilotage et de suivi client. Autre outil qui évolue : truckissimo. En 2018, il permettra aux professionnels d'accéder au catalogue électronique AD Poids Lourds, d'éditer des devis (indexés sur les temps barémés et les plans de maintenance des constructeurs) et de passer commande en ligne.

Miser sur la qualité de service et la proximité

Pour les ateliers, l'objectif est tout autant d'accompagner la montée en compétence des collaborateurs que de mieux faire savoir leur savoir-faire. AD PL a donc décidé de faire certifier les activités entretien et réparation mécanique du réseau via l'organisme SG. Celui-ci délivrera sa certification pour chaque atelier sur la base du respect de 30 engagements : compétences, équipements et matériels, services à la clientèle... et garantie constructeur préservée ! Cette dernière prestation vient s'inscrire dans le cadre général de la diversification des ateliers, afin que ces derniers trouvent des relais de croissance sur des segments de marché annexes à la mécanique : activités réglementaires (chronotachygraphe, limiteur de vitesse, éthylotest), prestations complémentaires type ABS, AdBlue, etc.

Une plus grande proximité est également à l'ordre du jour pour AD Poids Lourds qui souhaite mailler plus finement le territoire. Ainsi, les points de distribution devraient, à terme, passer des plus de 200 à 250, voire 300. Pour les seuls ateliers AD Poids Lourds, le maillage optimal selon le directeur des activités PL du groupe serait de 100 points de vente contre 60 aujourd'hui.

Alltrucks en développement

Ce maillage du réseau devrait en outre trouver un relai avec l'accord récemment noué [entre le groupement de distribution et Alltrucks](#), l'enseigne de réparation conjointement élaborée par les équipementiers allemands Bosch, Knorr-Bremse et ZF, afin de développer ce nouveau réseau en France. Disposant de 450 adhérents, dont 55 en France, le réseau pan-européen entend implanter 150 panneaux en France. Et AD Poids Lourds ambitionne de participer à plus de 50% à ce challenge, soit environ 80 ateliers.

«Une quinzaine d'ateliers AD Poids Lourds ont d'ores et déjà adopté le concept, précise Guillaume Faurès, et nous devrions atteindre 30 à 40 ateliers d'ici la fin de l'année.» Et de préciser : «environ 80% de nos objectifs devraient être réalisés par le biais du réseau des ateliers AD Poids Lourds. Les points de service restants seront issus de d'ateliers clients de nos distributeurs PL qui, pour diverses raisons, ne peuvent ou ne souhaitent intégrer notre réseau d'atelier en propre, comme par exemple des agents de marque ».

La volonté de développer une nouvelle enseigne n'est pas anodine. Pour le directeur de l'activité PL à l'Autodistribution en effet, *«non seulement cela peut nous permettre de faire monter notre réseau en compétence avec l'appui de ces équipementiers de rang 1 mais en outre, cette enseigne européenne peut nous permettre de capter une clientèle de transporteurs que le groupement ne touchait pas forcément jusqu'ici»...*