

Speedy, écartelé entre blog assassin et rebond annoncée...

mardi, 04 décembre 2012



C'est un fait, Speedy vous passionne. L'actualité du réseau a suscité quelque 30 000 de vos clics sur nos articles de ces derniers mois et la tendance ne se dément pas. A l'heure de cette mise en ligne, 4 043 visites s'étaient concentrées sur le dernier en date -«[quand Capital "dézingue" Speedy](#)»- que nous avait inspiré une analyse de notre confrère économique : son article nous est apparu un peu trop "à charge" pour être réaliste ou au moins, totalement crédible.

L'analyse coïncidait en outre, en temps et en ton, avec la violente campagne internet menée par un mystérieux blog baptisé «[sauvons Speedy](#)» et au contenu résolument "anti-Jacques Le Foll". Le patron de Speedy y voit réclamée sa tête à longueur de pamphlets et de sondages sans ambiguïté aucune sur la volonté de taper dur.

Depuis sa naissance le 5 novembre, le blog a par exemple enchaîné les sondages orientés tels que «*M. Le Foll doit-il quitter cette entreprise ?*» ou «*Le Foll a-t-il les compétences pour diriger Speedy ?*», tous évidemment plébiscitaires. Jusqu'à ce récent et assez discuté appel au lynchage numérique d'un délégué syndical (nominé désigné !) pour collusion présumée avec l'état-major de l'entreprise...

Un blog militant «en veille active»...

L'avocat de Speedy a d'ailleurs fait parvenir au blog en question une mise en demeure l'enjoignant de faire cesser ce qu'il estime être diffamatoire, à raison au moins dans la forme... Une première victoire était remportée le 4 décembre sur ces mystérieux «anonymes» de l'après-vente auto : l'enseigne obtenait par ordonnance du Tribunal de Nanterre que Google leur ferme l'accès (voir [l'ancienne version du blog](#)), ordonnance exécutée séance tenante par le géant mondial de l'internet. Mais le silence n'a duré que quelques heures. Le blog renaissait de ses cendres judiciaires le jour même pour dénoncer son interdiction, hurler à la censure... et annoncer des actions prochaines (voir [la nouvelle version](#)).

Nous avons réussi à joindre un représentant de ce "collectif" dont le blog revendique 709 «*membres actifs*», tous supposés salariés, franchisés ou fournisseurs de Speedy aux dires invérifiables de notre très

secret interlocuteur. Pas de surprise : le représentant de ces "vengeurs masqués" est en substance sincèrement convaincu de faire œuvre utile en voulant préserver l'entreprise d'un patron qui ne trouve aucune grâce à ses yeux ou à ceux de la trentaine "d'activistes" qu'il dit représenter. Ni d'ailleurs à l'en croire aux yeux «*de 95% des membres de l'entreprise*» (voir [son droit de réponse](#) après notre article sur les excès de la revue économique Capital, même si nous le trouvons discutable sur le fond et la forme...).

Quelques minutes avant que le blog ne soit fermé, notre interlocuteur reconnaissait toutefois en avoir adouci le contenu et annonçait sa prochaine «*mise en veille active*». Non pas par crainte des plaintes déposées par Speedy et à titre personnel par Jacques le Foll, précisait-il, mais parce qu'il se disait conscient que le ton du contenu commençait à indisposer, voire inquiéter ces mêmes salariés de l'enseigne qu'il souhaite défendre. «*Si nous levons le pied, c'est pour ne pas risquer de mettre en péril une entreprise que nous voulons défendre*», expliquait-il. «*Mais nous resterons vigilant ; nous relancerons notre action et révélerons les documents que nous gardons en réserve si nous l'estimons nécessaire*»...

Un Speedy profitable en 2012

Radicale inversion de prisme côté Speedy, au nom duquel Julien Dubois a accepté de répondre à nos questions. Impossible bien sûr pour le directeur marketing et communication de l'enseigne de commenter les procédures en cours contre le blog et ses initiateurs. En revanche, il s'appliquait en préambule à souligner «*leur impact contre-productif sur l'entreprise*» : «*l'exaspération monte chez les franchisés comme dans le personnel Speedy*». C'est le seul moment où son analyse va un tant soit peu rejoindre celle du collectif masqué. Pour le reste, il va s'attacher à dresser un état des lieux logiquement bien loin de l'analyse apocalyptique faite par la revue Capital et bien sûr, par le blog en question.

«*C'est vrai, Speedy a perdu 6 millions d'euros l'an dernier*», concède-t-il. Mais il affirme que cela n'a rien à voir avec le management ou la stratégie de l'entreprise. «*2011 a été l'année d'une double transition peu propice à l'efficacité*», rappelle-t-il ; «*le rachat à kwikFit par Itochu d'abord, puis la revente par Itochu à Jacques le Foll ensuite, ont plombé le dynamisme de l'entreprise*». Sans bien sûr oublier l'interminable bras de fer entre Gilles Chauveau et J. Le Foll pour s'adjuger l'enseigne, [un combat des chefs](#) qui coupait l'entreprise en deux et la démobilisait pour de longs mois. Elle n'a pas encore fini d'en panser toutes les plaies...

Mais tout ça, pour lui, c'est déjà presque du passé : «*Cette année, Speedy gagnera de l'argent*», promet-il. Mieux : «*depuis mai et malgré un été assez difficile, nous progressons plus vite que le marché dans la plupart de nos activités, ce qui prouve que nous conquérons des parts de marché. C'est notamment le cas dans nos produits de révision, de la simple vidange à la révision constructeur*», se félicite-t-il. Pour le patron du marketing, l'avenir est même souriant : «*Le nouveau concept de centre a déjà été adopté avec succès par 8 implantations et le déploiement continuera en 2013*».

Primes ou déprimes...

D'accord, tout n'est pas encore rose. Il reconnaît à demi-mots que les négociations sur les modes de rémunération en cours sont difficiles, même s'il réfute les arguments des "sauveurs de Speedy" : «*c'est faux, les primes de montage n'ont pas été supprimées mais sont actuellement renégociées (NDLR : jusqu'alors, elles étaient par exemple de 0,5 euros par pneu, de 2 euros par révision ou de 5 par pare-brise)* ; quant aux chefs de centres, leur rémunération sur le chiffre d'affaires doit également évoluer «*pour s'indexer plus logiquement sur la marge*». «*Il n'est pas question de toucher aux rémunérations*»,

résume-t-il, «*mais de les rendre logiquement compatibles avec la rentabilité de toute l'entreprise*».

Quant à la démarque inconnue, Julien Dubois réfute le chiffre de 2 millions d'euros avancé par le collectif, même s'il reconnaît qu'il est de toute façon toujours trop élevé et qu'il faut renforcer la rigueur pour endiguer les "évaporations" de pièces. En tout cas, «*la démarque inconnue n'est aucunement le reflet d'une quelconque façon pour les salariés de compenser des pertes de revenus*», s'insurge-t-il.

En l'occurrence, les chiffres couramment admis semblent vouloir lui donner raison : même à deux millions, la démarque inconnue ne serait pas anormale chez Speedy. En règle générale, elle tombe rarement sous les 1% du chiffre d'affaires, à en croire [les statistiques relevées par secteurs d'activité](#), sauf peut-être dans le commerce des jouets qui affiche un beau 0,84%. Et 1% des 200 millions de CA que réalise annuellement Speedy, c'est "pile-poil"... 2 millions d'euros.

Pour retrouver nos articles sur Speedy, [cliquez ici](#)

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite