

## TVI : croissance raisonnée et objectifs recentrés pour 2019

mardi, 28 mai 2019

Après une année 2018 solide mais pas à la hauteur des attentes en termes de développement réseau, TVI a décidé de recentrer ses objectifs en 2019 afin d'atteindre effectivement les 100 ateliers et les 60 magasins, tout en continuant à faire croître ses référencements et son chiffre d'affaires, que le groupement espère voir atteindre les 240 millions d'euros.



*Les participants du “hold-up” organisé par TVI sur sa plateforme Cedilog de Saint-Yrieix-sur-Charente (16), le 15 mai dernier.*

Les 15 et 16 mai derniers étaient l'occasion pour le groupement de distribution de pièces de rechange pour poids lourds TVI, de réunir adhérents et fournisseurs autour de deux événements fédérateurs.

D'abord, un vrai-faux “hold-up”, organisé sur sa plateforme nationale Cedilog, située près d'Angoulême, au cours duquel les participants, par équipes de 5, étaient encouragés à s'introduire dans le stock durant 4 minutes chrono pour y subtiliser des pièces, équipements et *goodies* disposés çà et là par les organisateurs. Ensuite, au cœur même du chef-lieu de la Charente (16), les adhérents TVI ont pu rencontrer les fournisseurs au cours de la troisième édition du mini-salon “24 Heures Business”.

Mais ces deux jours tout aussi pros que festifs étaient aussi l'opportunité pour TVI de faire le bilan de l'année écoulée et d'évoquer ses objectifs pour l'exercice en cours. Des objectifs quelque peu réduits par rapport à ceux que le groupement s'était fixés l'an dernier, du moins en termes de maillage. Car Benoît Migeon, directeur général de TVI Développement, le reconnaît sans mal : *« nous n'avons pas atteint l'objectif de 100 ateliers que nous ambitionnions d'atteindre, ni le nombre de distributeurs, fixé à 60 »*.

#### **100 ateliers et 60 distributeurs TVI encore visés en 2019**

En l'occurrence, TVI a terminé [l'année 2018](#) sur le chiffre de 92 ateliers et de 57 distributeurs. Pas forcément très loin de son but, donc, mais encore trop pour s'en féliciter. Néanmoins, TVI a su se renforcer dans certains secteurs, comme en Loire-Atlantique (44), et maintenir sa présence dans certains territoires grâce à des opérations de portage financier, afin d'accompagner la reprise de centres adhérents par des collaborateurs car, *« d'ici cinq ans, 20 à 25% du réseau est susceptible d'être repris ou transmis »*, explique Benoît Migeon.

Ainsi, le site rhodanien Accessoire Auto a été repris par le groupement pour trois ans et 1,5 million d'euros, en attendant que les deux salariés de l'établissement engagés dans sa reprise soient en mesure de le gérer à 100%. Quant aux distributeurs TVI du Finistère (29) et de la Vienne (86), ils ont été respectivement repris par le groupe Aubrée, distributeur Scania, et par le groupe Savarieau, dirigé par le cofondateur et P-dg du groupement lui-même, Patrick Savarieau. Plutôt que de viser trop haut pour 2019, donc, TVI a choisi de garder ses objectifs 2018 et d'atteindre les 100 ateliers et les 60 magasins d'ici la fin de l'année en cours.

#### **Miser sur les concessionnaires pour mieux mailler et mieux servir**

*Directeur général de TVI, Benoît Migeon a fait le bilan de 2018 avant d'ouvrir le mini-salon des "24 Heures Business".*

*« Nous avons concentré nos efforts sur les agents TVI car il est de plus en plus difficile de trouver de vrais indépendants dans notre secteur, reconnaît Benoît Migeon. Aujourd'hui, nous pouvons nous féliciter de compter un bon mélange d'indépendants, d'agents et de concessionnaires dans le réseau. »*

Le DG confesse d'ailleurs que le groupement souhaite *« s'appuyer davantage sur les concessionnaires de marque pour l'ouverture de centres TVI complets, avec stock de pièces en plus de l'atelier, même si nous ne voulons pas qu'une marque soit trop présente dans le réseau non plus »*.

Cela représente toutefois une opportunité pour lesdits concessionnaires puisque les solutions multimarques constructeur, dans la pièce PL, sont loin d'être aussi performantes que dans le VL... Et la compétence de TVI dans la pièce équipementière n'est plus à démontrer : des formations ont d'ailleurs été créées pour transmettre son savoir-faire en la matière, *« parce que la valeur ajoutée n'est pas dans le produit mais dans le service »*, insiste Benoît Migeon.

#### **S'adapter aux attentes des transporteurs**

Le maillage idéal, pour le groupement ? Tous les 30 km pour chaque point de service et tous les 60 km pour les distributeurs. *«Tel est notre objectif car, en-dessous de ces périmètres-là, on perd en efficacité.»* Raison pour laquelle, d'ailleurs, TVI ne se montre pas particulièrement pressé de couvrir les régions où il n'est pas du tout présent, comme le Grand Est, par exemple.

Mieux mailler les secteurs où il est déjà établi, en revanche, est devenu un impératif car *«cela correspond à l'organisation des entreprises des transporteurs français»*, selon Benoît Migeon. Des transporteurs qui, en effet, concentrent l'essentiel de leur activité sur le transport régional au détriment du transport international, dominé par des entreprises intracommunautaires à la main d'œuvre moins coûteuse...

#### **240 millions d'euros de CA pour TVI, 17,6 millions pour Cedilog**

Côté chiffre d'affaires, celui du groupement dans son ensemble a atteint les 222 millions d'euros en 2018, dont 4 millions grâce aux accords grands comptes (10 contrats au périmètre du groupement).

En 2019, TVI vise donc les 240 millions d'euros, dont 17,6 millions pour sa seule plateforme nationale, Cedilog, laquelle a cumulé, l'an dernier, quelque 15,8 millions d'euros de CA : au-delà, cette fois, des objectifs formulés il y a dix-huit mois par le groupement, qui n'en attendait que 15,2 millions ! Preuve que la plateforme se porte bien, elle qui a d'ailleurs connu une hausse de 18% de ses référencements durant l'exercice écoulé. Plus fort que les 8% supplémentaires de 2016 et les +12% de 2017 ! Logique, puisque des investissements conséquents ont été consentis pour optimiser le fonctionnement de Cedilog.

Le nouveau WMS (**Ndir** : *Warehouse management system* – système de gestion d'entrepôt) est opérationnel depuis le mois de juin 2018 et sa mise en service s'est faite sans nécessiter la fermeture du dépôt, ni la cessation temporaire des livraisons. Grâce à lui, l'espace de stockage a été rationalisé, le gain de production s'est élevé de 20% et les express ont été augmentés de 30% !

Une zone automatisée a d'ailleurs été aménagée pour la livraison des express. *«Nous bénéficions désormais d'une meilleure gestion des produits à l'entrée, puisque l'on sait immédiatement ce qui constitue le stock et ce qui constitue le reliquat, témoigne Benoît Migeon. Nous pouvons donc affecter davantage d'équipes à ce dernier car c'est lui qui génère le plus de CA et le plus de profitabilité.»*

#### **Cedilog : 18 000 références, 4,5 millions d'euros de stock**

Amélioration des flux, optimisation du travail, diminution de 60% des retours... Un ensemble de bénéfices qui a également permis de faire progresser les collaborateurs *«car travailler dans un environnement performant améliore la confiance»*, selon le directeur général, qui se félicite du faible turnover parmi les effectifs de Cedilog. Aujourd'hui, la plateforme accueille plus de 18 000 références pour une valeur de stock d'environ 4,5 millions d'euros, et devrait encore s'étendre de 1 000 m<sup>2</sup> supplémentaires en 2019. *«Certaines pièces ne sont stockées que chez nous, comme certains éléments de carrosserie en plastique, difficiles à stocker mais très intéressantes à vendre, car les concessionnaires les distribuent au prix fort, alors que ce sont des pièces qui subissent pas mal de casse»*, reconnaît Benoît Migeon.

Histoire de renforcer encore la visibilité de son offre de pièces et de surfer sur une activité après-vente VI en hausse, même si TVI reconnaît déjà que ses prévisions 2019, évaluées à 5% de croissance, seront en-dessous des +15% de 2018, le groupement vient de lancer son nouveau catalogue. *«1,5 kg d'amour»*, se

réjouit Benoît Migeon, car celui-ci sera d'abord disponible au format papier et distribué aux clients ainsi qu'en interne, tiré à 6 000 exemplaires. Une version numérique devrait toutefois voir le jour dans le courant du deuxième semestre 2019.

### **Répondre aux enjeux de 2019**

Mais puisque c'est le service qui fait la valeur d'un acteur comme TVI, comme le directeur général le soulignait quelques lignes plus haut, le groupement s'est également fixé comme objectif de répondre aux enjeux auxquels fait face la filière VI en 2019.

Le premier : veiller aux compétences des collaborateurs des centres du réseau, afin d'assurer un niveau de maintenance élevé et satisfaire les quelque 33% des clients ayant signé des contrats d'entretien. Comment ? Par l'obligation de s'équiper en outils de diagnostic électronique, par l'obligation de formation et d'audits techniques, ainsi que par la présence de deux techniciens formés aux systèmes Truck & Trailer.

Le deuxième : multiplier les portes ouvertes dans le réseau pour les élèves de 3<sup>ème</sup>, afin d'interpeller les familles quant aux débouchés de la profession, démarche réalisée avec le soutien de la FEDA. Le troisième enjeu : réussir l'entretien prédictif, à l'aide de dongles, si possible. TVI s'est ainsi associé à Texa pour déployer sa solution d'entretien préventif et connecté.



*TVI compte privilégier ses propres événements à partir de maintenant et davantage espacer les événements extérieurs auxquels il participe, raison pour laquelle le groupement n'exposera pas sur Solutrans 2019.*

---

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite