

Vitrage : Rapid Pare-Brise agace les assureurs... et leur répond !

lundi, 09 mai 2016

Né il y a trois ans, le réseau Rapid Pare-Brise affiche une ascension fulgurante. Mais son positionnement commercial décalé agace visiblement assureurs comme concurrents qui les accusent de pratiques critiquables. Louis Timur et David Vrel, les dirigeants de l'enseigne, ont tenu à s'expliquer...



C'est notre confrère [l'Argus de l'Assurance](#) qui l'a récemment dévoilé : le réseau de réparation et de remplacement de vitrages, Rapid Pare-Brise, subit actuellement une véritable levée de bouclier de la part des donneurs d'ordres. En cause : les pratiques commerciales de l'enseigne qui, si elles sont résolument attractives pour le consommateur-automobiliste, le seraient beaucoup moins pour les deniers des assureurs...

En quelques mots (et quelques mois), Rapid Pare-Brise s'est joliment implanté dans le paysage du vitrage français : revendiquant 180 centres à son nom, et prévoyant pas moins de 70 nouveaux arrivants dans ses rangs sur cette seule année 2016, Rapid Pare-Brise affiche environ 40 M€ de CA sur l'exercice 2015. C'est certes peu au regard du marché total de la réparation et du remplacement des pare-brise, mais la rapidité de cette ascension inquiète. Après seulement 3 ans d'existence il est, en termes de facturation aux assurances, 4^e ou 5^e sur le marché français, au coude-à-coude avec A+Glass.

La recette du succès ? L'enseigne offre à ses clients le montant de la franchise, ou des cadeaux d'une valeur non négligeable, à l'image de tablettes Samsung d'une valeur de 99 €... Et cette pratique commerciale n'est visiblement ni du goût des assureurs qui laissent entendre qu'un tel cadeau peut donner envie de dégrader son pare-brise, ni de celui des réseaux concurrents, surtout s'ils sont déjà tarifairement prisonniers des conditions d'agrément...

«On dérange»

Car c'est bien là l'origine du problème. Contactés par la rédaction, Louis Timur et David Vrel, les deux dirigeants de l'enseigne, tiennent à revenir sur le procès en surcoût qui leur est fait : *« nous nous basons pour chaque intervention sur le référentiel constructeur ; nous ne facturons pas un euro de plus, ni un euro de moins »*. Et de justifier assez logiquement leur position : *« parce que nous n'avons aucun agrément avec les assurances, nous n'allons pas non plus leur concéder des remises alors qu'il ne nous garantissent pas de volume »*.

De la même manière, le taux de main d'œuvre est librement fixé par l'enseigne, sans remise non plus. *« Mais si nous ne sommes pas les mieux-disants, tempère David Vrel, nous ne sommes pas non plus les plus chers : les concessions de certaines grandes marques allemandes pratiquent des taux horaires supérieurs. »* Et de souligner à ce propos que les réseaux de marque, qui s'arrogent selon lui un tiers du marché du remplacement et de la réparation des pare-brise avec des taux de main d'œuvre en rapport avec les standards de leur constructeur, ne sont jamais conventionnés ou presque... Eux aussi offrent la franchise, communique massivement dessus, et ils sont là depuis pourtant bien plus longtemps que Rapid Pare-Brise, argue David Vrel sur le ton du *« pourquoi-tant-de-haine ? »* *« On dérange car nous sommes la seule enseigne sur ce segment de marché à déployer ce genre d'approche commerciale. »*

Autre sujet que le tandem de dirigeants souhaite éclaircir : la supposée double facturation. *« Il n'y a pas de double facturation : la loi française interdit de faire bénéficier un client d'un cadeau supérieur à 100 € avant tout règlement, expliquent les deux dirigeants. Aussi, pour être parfaitement en règle, nous délivrons au moment de la prestation un avoir mais l'offre promotionnelle n'est effective que lorsque le client vient nous régler sa facture, une fois qu'il a été remboursé par son assureur. »*

Le geste commercial correspond donc bel et bien à une remise sur la marge de Rapid Pare-Brise, pas sur les deniers des assureurs. *« Là encore, on bouleverse un ordre établi, estime David Vrel, car on ne fait pas de cadeau à l'assurance. On préfère le faire au client final ! »*

Apaisement

« Les assureurs comme certains de nos concurrents ont alerté la DGCCRF, qui a bien dû venir une dizaine de fois dans nos centres pour vérifier nos process de facturation. Nous n'avons jamais été inquiétés ! » In fine, Louis Timur et David Vrel souhaitent jouer l'apaisement. *« Nous ne voulons pas la guerre. Nous tentons simplement de nous implanter sur un marché qui n'a pas bougé depuis des années. Or, sans agrément, il faut être innovant, se différencier... »*

D'ailleurs, ils soulignent que les assureurs semblent oublier un peu facilement le fait que, depuis le début de l'aventure Rapid Pare-Brise, des centaines de réparations d'impacts (NdlR : qui sont comptabilisées comme un sinistre, au même titre qu'un remplacement) ont été gratuitement réalisées au sein du réseau, rappelle en substance les dirigeants de l'enseigne. C'est, là encore, un geste commercial pour les automobilistes, certains gros rouleurs ayant une fréquence de bris de glace beaucoup plus élevée que la moyenne ; cela leur évite un malus, voire l'éviction par leur compagnie d'assurance. Mais ce sont aussi autant de sinistres que les assureurs n'ont pas eu à régler pour leurs clients...

Autre signe d'apaisement avec les assureurs : lors de la très prochaine convention nationale du réseau qui se déroule ces mercredi et jeudi, les dirigeants annoncent la présentation d'un nouveau service : une

assurance valable un an pour tous les pare-brise montés dans un des centres de l'enseigne.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite