

## APRÈS-VENTE : QUI SERONT LES GRANDS GAGNANTS D'ICI 2025 ?

Électrification des gammes, succès des contrats d'entretien...  
Les opérateurs de l'aftermarket sont à l'aube de nouveaux défis.



Après avoir été fortement impactés par la crise, les réseaux d'entretien et de réparation retrouvent progressivement le chemin de la croissance. Le marché reste cependant porté essentiellement par des augmentations tarifaires. Ainsi, selon une étude de TCG Conseil pour le conseil national des professions de l'automobile (CNPA), dévoilée le 16 janvier 2019, le nombre d'interventions en atelier devrait baisser de 0,5 % entre 2016 et 2025. Une contre-performance liée surtout à l'évolution de la structure du parc automobile. La prime à la conversion et les nouvelles normes du contrôle technique vont, en effet, porter la demande pour les véhicules d'occasion récents. Du coup, la part des voitures de moins de 4 ans dans le parc passera de 24,1 % en 2016 à 26,1 % en 2025. Du côté des motorisations, le diesel ne représentera plus que 36,6 % des véhicules en circulation (contre 61,6 % en 2016), alors que la part de l'essence augmentera de 36,9 %

à 53,2 %. Les véhicules électriques et hybrides, eux aussi, gagneront du terrain pour atteindre une pénétration de 9,8 % (contre 1,1 % en 2016). Leur technologie nécessite notamment moins d'opérations de remplacement de pièces et de réparations mécaniques. En valeur, le marché progressera de 1,6 % entre 2016 et 2025, porté par un effet prix lié à la complexité technologique des nouveaux modèles. Le prix d'entrée en atelier augmentera de 275 € en 2016 à 280 € en 2025, soit une hausse de 2 %, selon les projections du cabinet.

### LES RÉSEAUX CONSTRUCTEURS AUX AVANT-POSTES

Jusqu'à une période récente, l'âge du véhicule cloisonnait assez nettement le marché entre les réseaux des constructeurs et les spécialistes de la rechange indépendante (IAM). Ce schéma vole aujourd'hui en éclat et le jeu concurrentiel tend à s'intensifier entre ces deux grandes catégories d'intervenants. Les opérateurs de l'IAM se positionnent sur des réparations de plus en plus complexes, réservées auparavant aux réseaux des constructeurs. Toutefois, selon les prévisions de TCG Conseil, ces derniers gagneront 2,2 points de part de marché en volume pour atteindre 42,6 % en 2025. Ils bénéficieront de la montée en puissance des véhicules électriques, ainsi que des offres de LOA. Ces formules locatives permettent aux constructeurs de fidéliser leurs clients grâce aux contrats « tout-en-un » et devraient représenter 50 % des ventes automobiles en 2025 !

**Willy Marolleau**, fondateur de 50Factory

# « NOUS OFFRONS PLUSIEURS CENTAINES DE NOUVEAUTÉS CHAQUE MOIS ! »

Avec son site 50Factory, Willy Marolleau s'est imposé dans la vente en ligne de pièces détachées pour motos de 50 cm<sup>3</sup> à boîte.

## **Quel est votre parcours d'entrepreneur qui vous a conduit à la tête de 50Factory ?**

**Willy Marolleau** : j'ai toujours été passionné de motos 50 cm<sup>3</sup>, mais je ne pensais pas en faire mon métier. Je m'orientais plutôt vers une carrière dans l'industrie.

Pendant mes études d'ingénieur, j'ai néanmoins développé une petite activité de réparation de motos et lorsqu'il me restait des pièces détachées, je les vendais sur Leboncoin. J'ai alors créé ma société, en juin 2009, pendant ma 2<sup>e</sup> année d'études. J'habitais encore chez mes parents et je faisais cela le soir, le week-end et un peu la nuit... Diplômé en 2010, j'ai été embauché comme cadre dans un groupe industriel. J'ai cependant continué à vendre des pièces d'occasion en parallèle de mon travail. Je sortais du bureau à 18h et je m'occupais de ma société de 19h jusqu'à 1h du matin !

## **Comment avez-vous amorcé votre activité ?**

**W. M.** : 6 mois après mon embauche, j'ai quitté l'industrie pour me consacrer à 100 % à mon entreprise. J'ai démarré avec un ordinateur et une caisse à outils, tout simplement. J'ai créé un site Internet qui s'appelait 50Occaz.com à l'époque et j'ai lancé mon activité de vente en ligne de pièces détachées pour les motos de 50 cm<sup>3</sup>. Je travaillais dans le sous-sol de la maison que je louais. Au bout de 3 mois, il est devenu trop petit. J'ai donc trouvé une grange dans une ferme à côté de mon lieu d'habitation et j'y suis resté pendant 2 ans. En 2012, j'ai décidé de construire un bâtiment pour avoir plus d'espace. J'ai aussi embauché mon premier salarié. En 2013, le site 50Occaz est devenu 50Factory.

## **Pourquoi avez-vous changé le nom de votre enseigne ?**

**W. M.** : il s'agissait d'un vrai changement de stratégie. Nous avons commencé à vendre des pièces détachées neuves en complément de celles d'occasion. J'ai cherché des fournisseurs



**50Factory**  
Spécialiste de la vente en ligne de pièces détachées et accessoires pour deux-roues.



Willy Marolleau,  
fondateur de 50Factory

PHOTOS 50FACTORY

partout en Europe. Je voulais avoir une gamme de pièces la plus large possible, car j'avais du mal à trouver une offre suffisante en France. Aujourd'hui, les pièces d'occasion représentent une part très faible dans nos activités, mais qui reste constante. Nous travaillons avec des casses moto et nous avons des mécaniciens en interne qui contrôlent, nettoient et vérifient les pièces avant la revente.

### Quel est le profil de vos clients ?

**W. M. :** nous avons une clientèle très jeune, entre 14 et 20 ans. Le plus souvent, ce sont les parents qui commandent les pièces sur notre site. Nous avons aussi des clients professionnels qui représentent environ 10 % de notre activité. Ce sont essentiellement des garages qui s'approvisionnent chez nous. Nous développons cette cible depuis 2 ans, avec notamment la mise en place d'un service commercial dédié.

Nous nous développons également en Europe, même si les clients étrangers ont un poids anecdotique dans nos ventes aujourd'hui. Nous avons traduit notre site web en anglais et en allemand. Cette année, nous comptons ajouter des versions en espagnol et en italien.

Nous avons mis en place une tarification de la livraison adaptée à chaque pays concerné.

### Qui sont vos concurrents ?

**W. M. :** il s'agit d'un marché de niche et la concurrence ne s'arrête pas à la France. Nos compétiteurs sont aussi des pure players européens spécialisés dans les pièces moto. Les géants du e-commerce comme Amazon ou Cdiscount deviennent également des concurrents, même si notre secteur n'est pas une priorité pour eux. C'est un domaine technique qui ne représente pas de très gros volumes.

### FICHE D'IDENTITÉ

**DÉNOMINATION**  
50Factory

**ACTIVITÉ**  
Vente en ligne de pièces détachées pour motos et scooters de 50 et 125 cm<sup>3</sup>

**CHIFFRE D'AFFAIRES 2017**  
3,6 M€  
(source : Les Échos Week-end)

**SIÈGE SOCIAL**  
Cerizay (79)

Il faut garder en tête que le marché de la moto est en baisse tendancielle depuis une dizaine d'années. Les normes antipollution, les mesures de sécurité routière... La moto a plutôt une mauvaise image, surtout en France. En plus, l'arrivée des réseaux sociaux a bouleversé

le mode de vie de la nouvelle génération. Les jeunes communiquent beaucoup plus facilement avec leur smartphone, ils ont moins besoin de se voir. Cela dit, même si la tendance est baissière, nous arrivons quand même à prendre des parts de marché.



## « J'AI COMMENCÉ MON ACTIVITÉ EN PARTANT DE ZÉRO ET J'AI TOUJOURS FONCTIONNÉ EN AUTOFINANCEMENT. »

### Comment vous distinguez-vous de vos concurrents ?

**W. M. :** nous nous démarquons grâce à une gamme de produits la plus large possible. Il y a des concurrents qui travaillent plutôt en fonction de l'offre de leurs fournisseurs. Nous, en revanche, nous nous mettons vraiment à la place du client et nous essayons d'anticiper les besoins de l'acheteur.

Nous travaillons en continu sur l'élargissement de notre gamme de produits. Ça passe par répondre aux sollicitations des fournisseurs, mais aussi par la recherche de marques intéressantes qui veulent être distribuées via notre site en France ou en Europe. Nous offrons plusieurs centaines de nouveautés chaque mois !

Enfin, nous mettons en avant la qualité de service : la rapidité, le rapport qualité-prix, le niveau de garantie, la gestion des retours, etc. Nous travaillons uniquement sur stock. C'est-à-dire que tout au long de l'année, 97 % de nos références en moyenne sont en stock, ce qui nous permet de livrer le client en 24h. Nous avons un entrepôt de 1 200 m<sup>2</sup> répartis sur 2 niveaux. Il est actuellement en travaux jusqu'en septembre pour mettre en service 540 m<sup>2</sup> de stockage supplémentaire.

### Où en êtes-vous dans votre développement aujourd'hui ?

**W. M. :** nous sommes 30 personnes chez 50Factory. Notre activité connaît une croissance à 2 chiffres tous les ans. Nous enregistrons 10 000 commandes par mois pour 150 000 clients. J'ai commencé mon activité en partant de zéro et j'ai toujours fonctionné en autofinancement.

### Quels sont vos objectifs ?

**W. M. :** notre objectif est de poursuivre le développement de notre cœur de métier, la vente en ligne de pièces pour motos. Nous sommes leader sur le segment des motos de 50 cm<sup>3</sup>, et nous développons d'autres univers, étape par étape. Il y a 4 ans, nous avons ajouté des pièces pour les scooters dans notre catalogue. Depuis l'année dernière, nous proposons également des pièces pour les motos de 125 cm<sup>3</sup> et pour les cyclomoteurs.

Par ailleurs, je me tiens informé sur des possibilités de croissance externe. Nous envisageons l'achat d'un concurrent ou d'une entreprise qui exerce son activité dans un domaine connexe. Cela devient nécessaire pour continuer à croître rapidement.

# LA LOCATION LONGUE DURÉE GAGNE DE NOUVEAUX ADEPTES

Formule prisée des entreprises pour l'acquisition de leur flotte, la LLD séduit de plus en plus les particuliers.

Le Syndicat des entreprises des services automobiles en LLD et des mobilités (Sesamllld, ex SNLVLD) a dévoilé les chiffres de la location longue durée (LLD) en France lors de sa conférence de presse du 23 janvier dernier. 562 646 véhicules (voitures particulières et véhicules utilitaires jusqu'à 3,5 T) ont été immatriculés en LLD en 2018, un volume en hausse de 1,86 % par rapport à 2017. La LLD représente ainsi 22 % des ventes automobiles en France.

## DÉSFFECTATION CROISSANTE DU GAZOLE

Cette formule de financement est particulièrement prisée des entreprises. 59 % des véhicules professionnels ont été achetés en LLD l'an passé.

Du côté du mix énergétique, le marché suit la tendance globale avec une désaffectation croissante du gazole face à l'essence. Les immatriculations de véhicules diesel ont reculé de 8,6 % à 410 207 unités en 2018. Parallèlement, l'essence a progressé de 47,7 % (126 757 immatriculations).

Même si les véhicules électriques et hybrides ne représentent que 5 % du marché, ils affichent de belles performances (respectivement +25,5 % et +56,9 %).

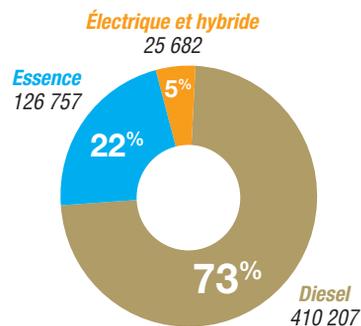
## LE « TOUT-EN-UN » SÉDUIT

Quant aux acheteurs particuliers, seulement 3 % d'entre eux ont opté pour une location longue durée en 2018. Cependant, il s'agit d'un marché à fort potentiel, car ce canal de ventes a affiché une croissance de 21,5 % en un an.

En effet, de plus en plus de Français sont séduits par les formules de LLD. Les offres « tout-en-un » avec l'entretien, l'assistance et la garantie compris dans le contrat, assurent la tranquillité du client et lui donnent une visibilité sur son budget automobile. « *La location grandit naturellement, nous constatons surtout que le particulier se convertit à ce mode d'usage* », souligne François Brabrande, le président du Sesamllld. Côté distributeurs, les formules locatives packagées leur permettent d'avoir des marges plus élevées et d'accélérer le taux de renouvellement des contrats.



Répartition des immatriculations de véhicules achetés en LLD en 2018 (par type de motorisation, en unités et en %)



SOURCE : SESAMLLLD

## QUELS MODÈLES ?

Les trois modèles les plus loués en 2018 sont la Renault Clio (59 509 immatriculations), la Peugeot 3008 (28 196 immatriculations) et la Peugeot 208 (27 593 immatriculations).

## VÉHICULES ÉLECTRIQUES

# BIENTÔT 25 000 POINTS DE RECHARGE ÉLECTRIQUE EN FRANCE !



Même si le marché français des véhicules électriques reste confidentiel, les ventes de voitures à batteries s'avèrent particulièrement dynamiques. La France a ainsi enregistré 31 059 immatriculations de véhicules 100 % électriques en 2018, en hausse de 24,7 % par rapport à 2017 ! Dès lors, les initiatives visant à développer des réseaux de bornes de recharge se multiplient. Selon le dernier baromètre d'Avère-France (Association pour le dé-

veloppement de la mobilité électrique) et Gireve, la France dispose de 24 780 points de recharge accessibles au public à la fin novembre 2018, soit une hausse de 24 % par rapport à septembre 2017. Une progression portée notamment par le programme Advenir mis en place par l'Avère-France en septembre 2016. Il s'agit d'une initiative visant à financer une partie des coûts d'installation de bornes de recharge par les CEE (certificats d'économie d'énergie). Depuis 2018, le programme couvre les prises installées en voirie en plus des points de recharge dans les bâtiments résidentiels collectifs et sur les parkings des entreprises. Du côté des régions, l'Île-de-France est la mieux équipée d'infrastructures de recharge en 2<sup>e</sup> position avec 3 115 points de recharge (une prise pour 4 automobiles), suivie par la Nouvelle-Aquitaine qui dispose de 2 926 prises (une borne pour 5 véhicules).

## VÉHICULES NEUFS

# LIDL ÉLARGIT SON OFFRE... AUX VOITURES !

Après les pure players Internet comme Amazon ou Vente Privée, c'est au tour des grandes surfaces alimentaires de s'attaquer à la distribution automobile. En Allemagne, Lidl s'est associé à Vehiculum, une start-up berlinoise spécialisée dans la vente en ligne de voitures, pour commercialiser des véhicules par Internet. Ainsi, 1 000 citadines Fiat 500 avec un moteur 4 cylindres de 69 chevaux et en version Pop Star sont proposées à

la location longue durée, sur un site dédié, jusqu'à fin avril 2019. Les clients peuvent choisir la durée de location (24, 36 ou 48 mois), le kilométrage annuel (10 000 km ou 15 000 km), ou encore, la couleur de leur future automobile. En termes de prix, le spécialiste du hard discount passe également à l'offensive. À titre d'exemple, la location d'une Fiat 500 pour 10 000 kilomètres sur 48 mois représente un bud-

get mensuel de 89 €. Le processus de commande se passe entièrement en ligne. Mais le parcours d'achat se termine en concession. La voiture est ainsi livrée dans un des 3 points de vente du groupe de distribution Gotthard König à Berlin, Erfurt ou Halle.

L'enseigne de supermarchés teste ainsi une nouvelle voie de diversification, après le lancement d'une agence de voyages 100 % en ligne en 2017.

## CONJONCTURE

## LES VENTES DE VO EN RECUL DE PRÈS DE 1% EN 2018

Selon les données d'AAA-Data, les ventes de véhicules d'occasion (VO) en France ont baissé de 0,8 % en 2018 pour atteindre les 5,63 millions d'unités. Toutefois, les performances ont été hétérogènes selon les segments. Les VO récents ont bien performé : +11,8 % pour les voitures de moins de 1 an et +7,1 % pour les véhicules âgés entre 1 et 5 ans. L'entrée en vigueur de la prime à la conversion pour les véhicules d'occasion peu polluants au 1<sup>er</sup> janvier 2018 explique en partie ces bonnes performances. Le bilan a été gonflé également par une hausse des ventes tactiques suite à la mise en place des nouvelles normes WLTP en septembre dernier. Cependant, le dynamisme des segments de moins de 5 ans n'a pas pu compenser le recul des VO anciens. Ainsi, les véhicules âgés de 5 à 15 ans ont vu leurs ventes baisser de 4,3 %, alors que ceux de plus de 15 ans se sont rétractés de 6,1 %.



**À noter :** si le gazole domine encore le marché de l'occasion avec 3,5 millions d'immatriculations en 2018 (-4,3 % en un an), sa part s'est repliée de 1,7 point à 62,8 %.

## ACQUISITIONS

## AMAZON INVESTIT DANS L'AUTOMOBILE

*Après une prise de participation dans la start-up de véhicules autonomes Aurora début février, Amazon poursuit ses emplettes dans l'automobile. Le groupe a annoncé le 15 février 2019 avoir participé à une nouvelle levée de fonds de 700 M\$, cette fois dans le constructeur de pick-up électriques Rivian. Créée en 2009, la jeune pousse est souvent considérée comme un rival de Tesla. Rivian prévoit de lancer la production de ses 2 modèles électriques (un pick-up et un SUV) en 2020. La start-up a ainsi pour ambition de devenir le 1<sup>er</sup> constructeur à commercialiser un pick-up électrique alors que Tesla pourrait ajouter son premier modèle de pick-up à son catalogue cet été. Avec ces récents investissements, Amazon, de son côté, espère développer de nouvelles solutions pour répondre à ses défis logistiques et réduire ses coûts de livraison.*

## CONSTRUCTEURS

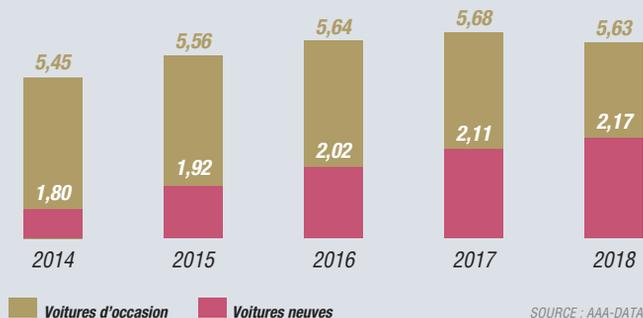
## L'ALLIANCE RENAULT-NISSAN-MITSUBISHI RESTE LE PREMIER CONSTRUCTEUR AUTOMOBILE MONDIAL

Selon les chiffres dévoilés le 30 janvier 2019, l'alliance Renault-Nissan-Mitsubishi a livré 10,76 millions de véhicules (voitures particulières et VUL) dans le monde, en 2018. Malgré la crise de gouvernance que traverse le groupe depuis la fin de l'année dernière suite à l'arrestation de Carlos Ghosn, l'ensemble franco-japonais conserve son rang de n° 1 mondial des ventes automobiles pour la 2<sup>e</sup> année consécutive. La performance a été notamment portée par le groupe Renault (+3,2 % à 3,9 millions d'unités vendues) et Mitsubishi Motors

(+18 % à 1,22 million). Nissan, de son côté, a vu ses ventes reculer de 2,8 % à 5,65 millions de livraisons.

Le n° 2 mondial, Volkswagen, a livré 10,6 millions de véhicules l'an passé. Toutefois, sur le périmètre élargi aux véhicules industriels, le constructeur allemand dépasse l'Alliance et se hisse à la 1<sup>re</sup> place mondiale avec 10,83 millions d'unités vendues (dont 233 000 camions sous les marques MAN et Scania). Toyota, sur la 3<sup>e</sup> marche du podium, a livré 9,29 millions de voitures.

## NOMBRE D'IMMATRICULATIONS DE VOITURES PARTICULIÈRES (NEUVES ET D'OCCASION EN MILLIONS D'UNITÉS)



# 172 438

Immatriculations de voitures particulières neuves en France en février 2019, en hausse de 2,1 % par rapport à février 2018.

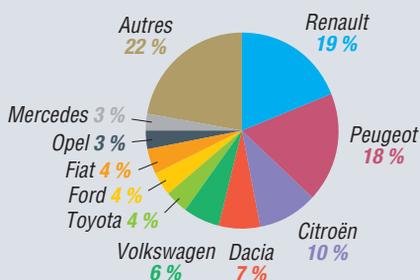
SOURCE : AAA-DATA

# 44,4 %

La part des particuliers dans les ventes de voitures neuves en volume en février 2019.

SOURCE : AAA-DATA

## RÉPARTITION DES IMMATRICULATIONS DE VOITURES PARTICULIÈRES NEUVES (PAR MARQUE EN 2018)



# +4,1 %

Le taux de croissance des immatriculations de véhicules de démonstration en février 2019.

SOURCE : AAA-DATA

# 456 972

Immatriculations de voitures particulières d'occasion en France en février 2019, en hausse de 5,8 % par rapport à février 2018.

SOURCE : AAA-DATA

## ÉVOLUTION DES IMMATRICULATIONS DE VOITURES PARTICULIÈRES NEUVES (PAR MOTORISATION, EN 2018 PAR RAPPORT À 2017)

