

Conférence de ARAN « L'avenir du commerce automobile » 21 avril à Povoá do Varzim (Portugal)

L'industrie Automobile adapte ses évolutions techniques aux nouveaux usages des véhicules.

Le secteur automobile doit se préparer aux changements de comportement du consommateur. Au-delà de la nécessité de « posséder » sa propre voiture, le consommateur raisonne désormais en termes de « mobilité ». Cette réalité est renforcée par un autre changement de fond, l'évolution de la technologie de la motorisation du véhicule (propulsion) et l'usage du véhicule connecté (Internet et télématique).

Les experts présents à la conférence sur « L'avenir du commerce automobile », organisée par ARAN en partenariat avec le CEGAA (Conseil européen des groupes d'agents automobiles), vendredi dernier à Povoá do Varzim au Portugal, ont sensibilisé les acteurs du marché de la vente et de l'après-vente automobile sur cette réalité mais ont souligné d'autre part, que l'activité et les services tels que nous les connaissons aujourd'hui resteront d'actualité pendant quelques temps encore. Le temps nécessaire à l'adaptation du secteur.

Jean-Charles Herrenschildt, Président du Conseil européen pour le commerce et réparation automobile (CECRA), la plus grande instance représentative du secteur de l'automobile à Bruxelles, reconnaît avoir quelques craintes sur l'avenir de la distribution automobile mais veut croire dans les opportunités qui vont découler de ces changements à venir « pourvu que l'on crée une véritable synergie entre le service au client, les start up et les constructeurs.

Dès l'ouverture de la conférence, le Président de ARAN, António Teixeira Lopes, a posé le ton de la réunion, la présentant plus comme « un espace de réflexions, d'échanges et d'analyses pour sensibiliser et détecter les risques mais aussi les opportunités à venir » a-t-il précisé.

Le Secrétaire d'Etat à l'Energie du Portugal, Jorge Seguro Sanches, qui a présidé à l'ouverture de l'évènement, a souligné la capacité du Portugal à s'impliquer dans les évolutions énergétiques des automobiles. Il a souligné que le pays est désormais préparé à s'engager dans l'énergie solaire.

Dans le secteur automobile, l'une des grandes évolutions à prévoir concerne aussi le financement du véhicule. « Ce changement, combiné aux évolutions qui se produisent actuellement dans le secteur financier, est un double défi pour nous », a déclaré Henrique Carvalho e Silva, directeur général de Santander Consumer au Portugal.

« La vision de Nissan est le double zéro : zéro émission et zéro mort sur les routes », a déclaré António Joaquim Pereira, directeur des communications pour Nissan au Portugal. La marque japonaise, qui est l'une des marques précurseurs de la mobilité électrique.

Le modèle électrique LEAF, aura cette année, la capacité de conduite autonome Phase 1 (dans certaines circonstances sur autoroute). Et à objectif 2020 le véhicule totalement autonome selon la même source.

Le président de l'Association portugaise de Leasing, Affacturage et Location (ALF), Paulo Pinheiro, a souligné à son tour que « les conditions pour évoluer vers un nouveau modèle de mobilité sont remplies. »

Il a mis l'accent sur la phase de transition qui sera incontournable avant le passage au véhicule totalement autonome. Adapter la législation sera essentiel pour résoudre les questions de responsabilité ; le constructeur, l'assureur, le particulier ?. De même, il faudra s'interroger sur la propriété de la data dans les véhicules connectés. « Qui sera le propriétaire de l'information ? Et comment sera géré le respect de la vie privée ? » A déclaré Paulo Pinheiro. « Qui sera en charge de la réparation ?. Quelques années seront nécessaires pour créer les conditions de l'adaptation au plan national et européen. » a ajouté le président de l'ALF.

Thomas Chieux, Consultant ICDP, a souligné que l'interconnectivité embarquée auront une incidence sur les nouvelles méthodes de vente des véhicules créant un bouleversement dans le secteur automobile. L'expert met en avant l'émergence de la télématique sur véhicules connectés et les évolutions de la gestion des datas aux travers d'applications telles que Apple et Google. « Les consommateurs auront l'opportunité d'acheter d'autres composantes que juste une voiture », selon lui.

Antje Wolterman, vice-présidente du CECRA, a précisé que la vente dématérialisée affecte différents secteurs d'activité et le secteur automobile ne fait pas exception. « de nouveaux modèles de vente émergent. Tous ne réussiront pas mais nous devons être attentifs à ce qui se fait » a affirmé celle pour qui « il est temps de discuter du coût

élevé des investissements dans des zones d'exposition physique, demandés par les marques à leurs concessionnaires ».

Du côté de l'après-vente, selon Guillermo de Lera, le consultant GiPA « l'électrique n'est pas encore à l'ordre du jour dans les ateliers ». L'expert souligne que, à l'heure actuelle, les véhicules électriques représentent 3% du chiffre d'affaires et 1% des

En matière de vente et d'après-vente, le poids de la vente à particulier pèsera moins à l'avenir, selon Ricardo Conesa, d'ICDP, qui démontre que l'évolution du marché se déplace de B2C vers le B2B. « Bien sûr, le changement ne se fera pas du jour au lendemain mais il est en marche » selon lui.

Mafalda Ferreira, professeur à l'Université IPAM, a exposé son analyse sur le comportement du consommateur et a mis l'accent sur l'évolution des profils. « Les consommateurs ne sont plus seulement de simples « consommateurs » mais de plus en plus des consom'acteurs car ils tiennent un rôle de leaders d'opinion », a-t-elle expliqué.

Patrick Lautard consultant fondateur d'Osea a insisté sur les points positifs du changement et les opportunités qui en découlent, « Le client devient très agile mais il revendique le besoin de relation personnalisée. Et la proximité et la capillarité des réseaux est un véritable atout », a-t-il ajouté.

Le consultant et chercheur John Kiff, a souligné que « la tendance est de moins en moins à la vente selon les méthodes traditionnelles », et que selon les professionnels, « le consommateur sera de moins en moins possesseur de son véhicule et de plus en plus acheteur de solutions de mobilité. »

Trevor Jones, Président d'ASE Consulting, a souligné que la tendance à la baisse des ventes de véhicules « nous contraint à nous réinventer et à être efficace immédiatement ». Il souligne son propos en mettant l'accent sur l'autonomie de décision du point de vente en termes de rentabilité « comment mieux préserver les marges et optimiser la performance ? »

La future législation

Le député européen João Ferreira souligne l'intérêt des législateurs au plan national et européen pour les nouveaux modèles de distributions automobile. « Le rythme des

changements s'accélère. Il risque de creuser les inégalités entre les différents acteurs du secteur, le pouvoir politique doit accompagner le changement » a-t-il mis en garde.

Le Directeur général des activités économiques, Artur Lami, souligne que « si de nouveaux business models bouleversent le monde politique : les gouvernements, l'Union européenne, ils bouleversent aussi le milieu de la vente et de l'après-vente ». «La seule issue est l'adaptation. Il n'y a pas de recette miracle », a souligné Artur Lami.

A la clôture de l'événement, António Teixeira Lopes, Président de l'ARAN, a exprimé une note d'optimisme et de solidarité avec les distributeurs, qui seront vraisemblablement les plus touchés par les changements que traverse le secteur actuellement.