

Jeudi 11 Décembre 2008

Thierry Koenig cofondateur d'Auto-IES, mandataire automobile

Depuis toujours, les mandataires sont les boucs émissaires des crises. Parce qu'ils importent des véhicules de pays étrangers à prix réduits, ils sont accusés de "casser" le marché alors que leur poids reste jusqu'ici infime. Les constructeurs les méprisent alors qu'ils sont, de plus en plus, des régulateurs du marché, les auxiliaires et même, dans certaines situations, les sauveurs de leurs distributeurs. Et fini les suspicions d'autrefois, les consommateurs leur font désormais totalement confiance. La crise actuelle révèle, une fois de plus, toutes ces facettes.

EN SAVOIR +

[Galerie photos](#)

"Nous sommes convaincus que, dans trois à cinq ans, les constructeurs travailleront directement avec nous"

On imagine que, dans la crise actuelle, vous occupez une place encore plus importante que jamais...

Tout à fait. Nous faisons face à une crise d'une intensité et d'une brutalité jamais vues. Dans le même temps, les consommateurs sont, plus que jamais, à la recherche d'économies et les voitures sont de moins en moins chères. Les conditions sont donc réunies pour que nous jouions à fond notre rôle puisque nous sommes en mesure d'aller chercher sur les marchés, français ou européens, les véhicules au meilleur prix et répondre ainsi aux demandes des acheteurs. Frappés par la crise et les surstocks de véhicules, les représentants des marques accordent des remises supérieures à celles qu'ils consentent ordinairement pour écouler leurs véhicules mais, quoi qu'ils fassent, ils ne pourront jamais atteindre les réductions auxquelles nous parvenons. Pour des raisons de coûts de structures, de mises aux standards de leurs locaux qui leur coûtent très cher, ils ne peuvent guère consentir des ristournes supérieures à 15 %, jusqu'à 20 % s'ils parviennent à conjuguer, sur un nombre de véhicules réduit, le bonus et la nouvelle prime à la casse. Nos réductions sont, à quelques exceptions, de 15 % minimum et vont jusqu'à



[Agrandir](#)

40 %. En outre, ces réductions records ne concernent plus seulement des véhicules courants comme les Renault Scénic et Laguna mais aussi, par exemple, comme nous l'avons proposé récemment, des véhicules de prestiges comme l'Alfa Romeo coupé GT que nous avons proposé récemment à -40 %. Avec la crise, nous assistons à un nouveau phénomène : sur notre site, les automobilistes peuvent "surclasser" leur achat, par exemple, acquérir un Espace pour le prix d'un Scénic.

Vous êtes, depuis toujours, montrés du doigt, détestés par les constructeurs. Or, depuis plusieurs années, de plus en plus représentants de marques font appel aux mandataires, à commencer à vous, pour dégonfler leurs stocks. Les marques ont-elles, en conséquence, modifié leur position ?

Les constructeurs sont prisonniers d'une sorte de schizophrénie. Depuis la création, en 1987 d'Auto-IES avec mon frère, Philippe (photo), et jusqu'à ces dernières années, nous étions, en effet, avec quelques autres, les "moutons noirs", les grains de sable dans la mécanique bien huilée du contrat exclusif entre les marques et leur concessionnaires. Mais, les constructeurs sont bien obligés de constater que leurs représentants éprouvent de plus en plus de difficultés à vendre les véhicules qu'ils leur imposent. Tout en nous dénigrant, ils ferment les yeux sur les accords que les distributeurs passent avec nous, ponctuellement ou régulièrement, parce qu'ils savent que cette voie est indispensable pour écouler les voitures qui sortent de leurs usines et éviter aux points de vente d'alourdir leurs frais financiers déjà élevés. Il faut noter que les constructeurs eux-mêmes ne se gênent pas pour court-circuiter de temps à autre leurs réseaux en vendant des véhicules directement par Internet via leur succursale. Avec un préjudice d'image puisqu'ils donnent aux acheteurs l'impression qu'

ils bradent leurs produits. Le nouveau règlement européen de la distribution a aussi modifié les choses en notre faveur. En libéralisant la distribution, il nous a crédibilisés et le succès que nous rencontrons prouve que les consommateurs n'ont plus aucune suspicion à l'égard des mandataires reconnus et fiables.

Pensez-vous que la mutation de la distribution est inévitable ? Où en est Auto-IES en 2008 ?

Oui, elle est inévitable car la vente automobile en direct par Internet progresse, comme pour tous les autres objets de

[Agrandir](#)

consommation. Les marques ont beau tenter de le nier depuis toujours et de faire l'autruche en pensant qu'il est indispensable de voir les véhicules en concession, la réalité démontre le contraire. 35 % de nos clients ne vont plus dans les points de vente pour acheter leur voiture. Des réparateurs vendent désormais des véhicules de toutes marques simplement sur catalogue du grossiste suisse Delta, sans avoir les modèles dans leurs locaux. Les acheteurs dissèquent le véhicule visé sur les sites Internet des marques, jugent de ses qualités en lisant les essais de la presse et ils ne veulent plus subir la pression du vendeur. L'achat par Internet valait pour les véhicules classiques, les plus courants, mais on voit que la démarche fonctionne désormais

pour des voitures premium, comme l'Audi A8. Faut-il rappeler que, dans l'informatique, les fabricants historiques d'ordinateurs, dont IBM, croyaient fermement que les magasins étaient indispensables pour vendre leurs machines ? Le succès de Dell les a cruellement démentis et les a mis au tapis. L'automobile n'échappe pas à cette évolution.

Nous sommes donc devenus, dans ce contexte, incontournables et, loin d'être des ennemis des marques, nous sommes des partenaires, des alliés de leurs distributeurs en trouvant de nouveaux débouchés. Depuis plusieurs mois, de plus en plus représentants de toutes marques nous appellent pour les aider à écouler leurs stocks et éviter que les bilans tournent à la catastrophe au premier trimestre 2009. Nous sommes convaincus que, dans trois à cinq ans, les constructeurs travailleront directement avec nous.

Auto-IES travaille aujourd'hui sur un portefeuille de vingt-cinq marques dans dix pays d'Europe. Nous allons réaliser 7000 ventes en 2008 et allons doubler notre rentabilité. Nous avons servi, à ce jour, 80 000 clients. Depuis deux ans, chaque trimestre, la Sofres sonde leur sentiment et les motifs de leur choix : 75 % nous choisissent pour le prix, 22 % pour la réputation, la fiabilité. Nous allons embaucher en 2009 une quinzaine de collaborateurs pour accentuer notre développement dans les deux années à venir.

www.auto-ies.com

 [Imprimer cet article](#)

Propos recueillis par [Joseph GICQUEL](#)

© L'argus de l'automobile. Tous droits de reproduction réservés

 [Envoyer à un ami](#)

 [Retour au début de l'article](#)