

mandataires et des revendeurs



Les mandataires sérieux ne sont plus des « officines » mais des entreprises structurées. Ci-dessus, le centre d'appel d'Auto-IES, près de Vichy.

INTERVIEW Thierry Koenig, cofondateur d'Auto-IES

« Nous visons les 6 000 ventes en 2004 »

Depuis qu'elle a été fondée en 1987, Auto-IES, société de mandats et de négoce d'automobiles, a livré plus de 50 000 véhicules. Thierry Koenig, cofondateur, répond à nos questions.

L'ARGUS. Quelle est l'activité déployée par Auto-IES ?

THIERRY KOENIG. L'entreprise qui a été fondée par Philippe, mon frère, et moi en 1987, est installée près de Vichy (Allier) et dispose d'un bureau dans le XIV^e arrondissement de Paris. Depuis sa création, elle a livré plus de 50 000 véhicules. L'année dernière, nous avons vendu 5 000 véhicules, dont 3 500 à l'exportation (essentiellement à des professionnels) et 1 500 à des particuliers en France avec des remises comprises entre 5% et 25%.

D'où proviennent les véhicules ?

Nous employons aujourd'hui 35 personnes dont 14 possèdent des maîtrises de langue. Nous pouvons ainsi nous approvisionner auprès de 200 concessionnaires de 25 marques en Europe. Dans chaque marque, nous essayons d'établir un partenariat à long terme avec quatre ou cinq concessionnaires. Nous nous engageons à écouler chaque année une quantité donnée de véhicules, à des conditions de marges prédéfinies. De son côté, le concessionnaire s'engage à honorer l'accord. En achetant des lots de véhicules avec très peu de marges à des concessionnaires, nous leur permettons de toucher leur primes de quota.

Comment faites-vous pour trouver des clients et des fournisseurs ?

Notre site Internet (www.auto-ies.com) va nous permettre de développer les ventes



Philippe et Thierry Koenig : « un partenariat à long terme est noué avec quelques concessionnaires. »

Les fausses ventes représentent 10% du marché français

Avec le boom des immatriculations sur parc, le négoce des véhicules à 0 km a de beaux jours devant lui. L'Observatoire de l'Automobile de Cofica estime à 200 000 les véhicules immatriculés en France qui n'ont pas de client final, soit 10% du marché. Sur ce volume, environ 50% des immatriculations sont le fait des constructeurs et de leurs succursales

et l'autre moitié provient des réseaux de concessionnaires et des loueurs. Le nombre de véhicules neufs ou « faux neufs » transitant par le biais de mandataires/négociants se situeraient entre 60 000 et 70 000. En Allemagne, où le marché est très difficile, on estime que 20% des véhicules neufs immatriculés n'ont pas de client final.

aux particuliers en France. A l'étranger, nous avons ouvert des sites Internet en anglais, en espagnol, en portugais et en italien. Ils sont utilisés par les concessionnaires des pays concernés pour trouver des véhicules de leurs marques. Cette année, vous prévoyez de livrer 6 000 véhicules.

PROPOS RECUEILLIS PAR
JEAN-PIERRE GENET

Les intermédiaires facilitent les achats croisés

Le règlement européen a introduit une certaine flexibilité dans la distribution d'automobiles en autorisant les ventes/achats croisés : un concessionnaire peut s'approvisionner en véhicules neufs chez un confrère de sa marque, n'importe où au sein de l'Union. Si la marque s'est trompée sur le potentiel d'un distributeur ou si elle maintient des écarts de prix trop importants entre les différents pays, le système devrait s'autoréguler à l'initiative des concessionnaires. En théorie. Dans la réalité, ces derniers n'ont pas connaissance, en temps réel, des aubaines à saisir

au sein de leur réseau, tant les fluctuations sont rapides et nombreuses. La publication tous les six mois des écarts de prix par les constructeurs (consultable sur le site de la Commission européenne) n'est pas assez fréquente et surtout ne tient pas compte de la structure de marge qui peut varier d'un pays à l'autre. Il n'est pas possible de savoir jusqu'où peut aller le rabais qu'un concessionnaire d'une région donnée peut consentir sans compromettre sa rentabilité. D'autre part, pour négocier avec un concessionnaire étranger, il faut savoir parler sa

langue, savoir verrouiller les paiements, maîtriser la logistique, etc. C'est en se familiarisant avec toutes ses subtilités que certains mandataires sont maintenant à même d'apporter leur « valeur ajoutée » à la distribution d'automobiles. Disposant d'un marketing plus fin, plus réactifs, ils font ce que ni les concessionnaires ni les constructeurs (pour le moment) ne savent bien faire. Avec la complexité croissante de l'offre en terme de versions, d'équipements, de motorisations, ces intermédiaires pourraient prendre une place croissante.

Constructeur et importateur

turbofrance
ÉCHANGE STANDARD
Livraison sous 24h

Paris & région parisienne
Tél. : 01 40 60 08 28

Province
Tél. : 05 46 34 85 08
Fax : 05 46 34 85 19

turbolader
SPECIALISTE