

Ventes VN

Thierry Koenig : plus de 90 % d'approvisionnements dans les réseaux des constructeurs...



IES veut s'offrir un nouveau statut "professionnel"

■ Le Mandataire déclare réaliser l'essentiel de ses achats dans des réseaux de marques et aspire à une meilleure reconnaissance du monde professionnel. Coup de zoom.

"Nous n'avons pas de problème avec les mandataires" affirmait récemment Frédéric Saint-Geours, directeur général de Peugeot. Officiellement ? Quoi qu'il en soit, l'un des principaux prestataires de cette catégorie est en veine d'une plus ample reconnaissance de la part du monde automobile, comme des distributeurs avec qui il travaille. De fait, IES confirme avoir effectué depuis 17 ans un parcours sans faute et livré

plus de 50 000 véhicules neufs à des conducteurs français ; avec des remises de 5 % à plus de 20 % et en les ayant acquis pour une large part... auprès de concessionnaires de marques. Au seul titre de l'année 2003, l'opérateur a "aussi" commercialisé quelque 5 000 VN, achetés à plus de 90 % dans les réseaux, selon son directeur du développement et cofondateur, **Thierry Koenig**. Un ennemi potentiel de la machine de

diffusion des constructeurs, IES ? La réponse de ses représentants est bien sûr négative. D'abord, parce que son potentiel d'immatriculations correspond à moins de 1 % du potentiel du MTM tricolore. Et ensuite, du fait que sa démarche spécifique d'approvisionnements, permet aux partenaires du lion, des chevrons, du losange ou d'ailleurs, de concrétiser leurs objectifs commerciaux à 100 % ; voire plus encore. Donc, de toucher

des primes d'activité pouvant représenter jusqu'à 1,5 % de leur chiffre d'affaires annuel hors taxes. Soit la quasi-globalité de leur résultat périodique. Autre précision : ses commandes portent de manière récurrente sur des modèles atypiques "et" moins recherchés par les particuliers. C'est dans ce contexte que le mandataire entend poursuivre sa route. Sans pour autant renier la valeur de l'opération qu'il a pu mener dans un

passé encore récent, à la marge de son business principal, en partenariat avec Auchan. Puisqu'elle lui apporta également un "plus" de notoriété et un crédit de bon aloi. Pour le reste ? IES ambitionne de passer le cap des 10 000 VN par an sous 18 à 24 mois avec l'appui de son nouveau site "autoies-com". Lequel propose au public plus de 2 500 modèles neufs à prix négociés. Avec un système de recherche multicritères efficace à la clé.

Ce qui explique dans la foulée que ce portail enregistre 200 000 connexions par mois, en attendant 400 000 visites espérées dès la fin juin. Dernier joker, c'est en s'appuyant sur un outil informatique de pointe (300 000 euros d'investissement l'an dernier), que cette entreprise a su construire et entend poursuivre sa croissance. De quoi rester durablement dans la course. Au contact "reconnu" des réseaux ?

J-P Jagu-Roché

4 MARS 2004 AUTO INFOS N°1180 13

AUTO INFOS

L'ACTUALITÉ DE LA DISTRIBUTION ET DES SERVICES AUTOMOBILES