



autoactu.com est un
site de Bertelsmann
Information
Professionnelle



Faites d'autoactu.com
votre page d'accueil

Votre avis nous
intéresse.

Powered by Ratio.Media™,
a Rosebud Technologies Solution

d'actualiser nos bases de données commerciales et nos sites Internet. L'informatique est évidemment crucial pour notre activité. Nous utilisons deux types de logiciels pour gérer ces informations : un pour saisir les données manuellement et un calculateur de prix. Nous rentrons tous les tarifs des concessionnaires, les opérations de primes, de déstockage, de fin d'année, de livraison, de facturation, dans un logiciel d'analyse qui nous permet de définir notre marge et de savoir en temps réel l'état de l'offre et de la demande.

Où sont les meilleures affaires ?

Thierry Koenig : Le marché évolue continuellement, mais actuellement les «meilleures affaires» sont négociables en Hollande, au Portugal, ou encore au Danemark. En revanche, la France reste un des pays les moins chers d'Europe. Aujourd'hui, IES négocie chaque année plusieurs milliers de véhicules auprès de distributeurs français. Nous mettons à jour notre base de données en permanence, ainsi que nos sites web. Une nouvelle version de notre site pour les particuliers (www.auto-ies.com) vient d'ailleurs d'être mise en ligne.

Quels segments marchent le mieux ?

Thierry Koenig : Professionnels et particuliers peuvent commander le modèle de leur choix complètement à la carte sur nos sites web qui totalisent 200.000 consultations par mois. Mais nos ventes se concentrent essentiellement sur les monospaces et familiales compactes de marques françaises et allemandes qui répondent le mieux aux exigences actuelles des clients.

En quoi la nouvelle réglementation a-t-elle changé les perspectives commerciales du mandataire ?

Thierry Koenig : Jusqu'au 1er octobre 2003, l'organisation de la distribution automobile était de type vertical, et parfaitement cloisonnée dans chaque pays avec les acteurs traditionnels que sont les importateurs/constructeurs, les distributeurs, les sociétés de location, les marchands et les particuliers. Dans cet environnement nous intervenions en tant que mandataire transparent auprès d'un distributeur étranger pour acheter un véhicule au nom d'un particulier français. Maintenant, les concessionnaires-distributeurs n'ont l'obligation de s'approvisionner auprès du constructeur qu'à hauteur de 30% de leurs achats. Pour le reste (70%), ils peuvent acheter leurs véhicules où bon leur semble ; pour ce faire, ils peuvent soit se lancer seuls dans l'aventure du commerce intracommunautaire, soit faire appel à des intermédiaires comme nous, ayant déjà une solide expérience de ce commerce très spécifique. La nouvelle réglementation nous permet de travailler avec n'importe quel acteur en Europe : nous achetons un véhicule à un importateur officiel pour le revendre à un distributeur dans un autre pays. En fait, elle nous offre des perspectives de développement illimitées, notamment grâce à l'utilisation d'Internet. D'ailleurs, la mise en place de programmes d'affiliation constitue la priorité du groupe Auto-IES.

Le règlement 1400/2002, qui vise l'harmonisation des prix au niveau européen, ne menace-t-il pas votre activité à moyen terme ?

Thierry Koenig : Chaque année, depuis plus de dix ans, les constructeurs expliquent à leurs réseaux que les disparités de tarifs en Europe seront supprimées l'année suivante. Mais nous constatons toujours des écarts de prix allant jusqu'à 35% sur des véhicules particuliers et encore plus sur des véhicules utilitaires. La surproduction de véhicules neufs en Europe devient structurelle (chaque année, près de 2 millions de véhicules restent invendus), et les disparités tarifaires ne pourront être gommées que sur le prix hors taxe mais en aucun sur le niveau d'équipement. Nous considérons donc que les prix «réels» ne pourront pas s'harmoniser avant, au plus tôt, une dizaine d'années. En clair, le prix hors taxe d'un même véhicule peut être identique d'un pays à l'autre mais le niveau d'équipement présente un écart de 15% et la remise négociée est de 10% supplémentaires dans le cadre d'une promotion. Conclusion : à prix hors taxe identique, l'écart est encore de 25% !