



Raynald Thevenet, AutoJM : "Proposer une offre CtoC de voitures d'occasion"



Publié le ■ Par Gredy Raffin Le président d'AutoJM ne reste pas de marbre devant les réalités du marché. Comme la part des voitures d'occasion grimpe dans son bilan, Raynald Thevenet imagine de nouveaux mécanismes pour garder de la fluidité. Le rôle d'intermédiaire entre deux particuliers sera la nouveauté dès fin 2023.

Le Journal de l'Automobile : Comment percevez-vous le marché automobile à l'entame des deux derniers mois ?

Raynald Thevenet : Le contexte de marché est assez morose. Les immatriculations de voitures neuves ne font que refléter les ventes de l'an passé. En 2023, la consommation est toujours en berne. Chez AutoJM, nous estimons tourner à 70 % de notre potentiel commercial. Il y a des signaux positifs toutefois comme l'amélioration des tarifs.

J.A. : Vous dites être en-deçà de votre potentiel. À fin octobre, quel bilan tirez-vous de votre activité propre chez AutoJM ?

R.T. : Nous sommes sur un rythme qui nous amènera à 2 000 ventes cette année. Avant la crise, AutoJM écoulait 3 000 unités. Notre volume est désormais constitué à 60 % de voitures sous mandat et à 40 % de voitures d'occasion. Nous pensons que les courbes se croiseront en 2024, année qui marquera probablement le rebond pour l'entreprise. À terme, AutoJM devrait réaliser autant de voitures sous mandat que d'occasion. Un équilibre dont on pourra se satisfaire pour assurer la pérennité.

Nous travaillons sur des stocks réduits d'environ 50 % par rapport à nos habitudes

J.A. : De manière très concrète, comment se comporte votre clientèle ?

R.T. : Nous constatons que l'achat utile surpasse l'achat plaisir. En plus, le cycle de décision s'est allongé. Au lieu d'être de deux à trois semaines, il est désormais de huit à



douze semaines. Je remarque également que la réflexion des consommateurs est indexée sur le prix des carburants à la pompe. Autrement dit, la demande bascule constamment et rapidement entre diesel et l'essence.

J.A. : Quel impact à cette tendance sur votre gestion de l'approvisionnement ?

R.T. : Nous privilégions la stratégie des flux tendus pour livrer très rapidement sans prendre trop de risque. Nous travaillons sur des stocks réduits d'environ 50 % par rapport à nos habitudes. J'observe que des confrères ont encore des parcs immenses de voitures d'occasion avec des prix déconnectés de la réalité et qu'ils n'ont pas encore fait leur deuil de cette période où les montants flambaient un peu plus chaque mois.

J.A. : Le marché fait de plus en plus la part belle aux voitures d'occasion âgées. Intégrez-vous ce paramètre dans votre stratégie ?

R.T. : Nous ne visons pas ce segment. AutoJM souhaite rester sur des véhicules d'occasion dont le prix dépasse 12 000 euros. Les voitures plus âgées présentent trop de risques au service après-vente et donc d'insatisfaction des acheteurs. Notre stratégie consiste davantage à jouer sur la notoriété pour élargir notre cible géographique. Ainsi, nous augmenterons notre part de marché sur le VO récent, à l'échelle nationale.

J.A. : Cela peut-il réellement être suffisant ?

R.T. : Nous ne pouvons, en effet, pas tourner pleinement le dos aux voitures d'occasion plus âgées. Raison pour laquelle nous allons lancer un tout nouveau service en novembre. AutoJM proposera aux clients une offre de voitures d'occasion vendues en CtoC. Elles seront exposées directement sur notre site internet.

J.A. : Comment avez-vous pensé la chaîne logistique ?

R.T. : Nous avons des clients qui souhaitent faire reprendre une voiture. Nous ne pouvons pas toujours la valoriser à hauteur de leurs espérances. Il s'agit donc alors de jouer les intermédiaires entre deux particuliers. Notre rôle ira même plus loin, puisque nos moyens humains serviront à effectuer cent points de contrôle. La voiture pourra être laissée en dépôt ou repartir avec son propriétaire.

J.A. : Quel sera le modèle économique ?

R.T. : AutoJM facturera moins de 100 euros de frais de dossiers et prendra une commission d'environ 700 à 750 euros. Nous serons 20 à 25 % moins chers que les tarifs pratiqués par les agences spécialisées. Cela simplement parce que nous abordons ce service comme une solution complémentaire à notre cœur de métier.

En tant que mandataire, nous retrouvons des niveaux de remise intéressants

J.A. : Outre le vieillissement des VO, il y a aussi l'enjeu de l'électrification. Le marché est-il enfin prêt ?

R.T. : Non, il ne l'est clairement pas. Hormis dans les grandes agglomérations, les plus modestes et les territoires proches des ZFE, les clients ne sont pas tournés vers les voitures électriques, ni neuves ni d'occasion. Nous mettons des exemplaires à l'essai pour tenter de les convaincre. Nous savons que le coût d'usage est plus intéressant,



mais le prix d'achat demeure un problème. Seule la location permet de contourner quelques barrières.

J.A. : À défaut d'avoir de la demande, est-il au moins possible d'avoir de l'offre ?

R.T. : La filière est assez riche, peut-on dire. Avec les nouvelles dispositions réglementaires, nous savons aussi que les voitures d'origine européenne auront un avantage. Nous n'avons donc pas de crainte à répondre à la demande lorsqu'elle augmentera réellement. À ce jour, le segment des voitures électriques a peu d'impact sur AutoJM, mais nos ambitions nationales nous exposeront à de nouveaux enjeux en la matière.

J.A. : Que faut-il donc pour impulser cette demande ?

R.T. : Je pense qu'il faut aujourd'hui une aide substantielle. Un montant qui permettrait de mettre le prix final des voitures électriques à hauteur de celui des thermiques tout du moins le temps que les craintes ne se dissipent.

J.A. : Certains professionnels ont récemment pointé du doigt la politique des constructeurs. Ils se sentent menacés sur le long terme. Partagez-vous ce sentiment ?

R.T. : En tant que mandataire, nous retrouvons des niveaux de remise intéressants de l'ordre de 20 % en moyenne. Cela peut aller jusqu'à 35 % dans certains cas. Le basculement vers les contrats d'agent fait naître une part d'inconnu. Toujours est-il que je reste convaincu du fait que les constructeurs ne changeront pas leur politique à l'égard des mandataires car nous sommes une variable d'ajustement. Leur enjeu de maintien de la pénétration et la problématique du pouvoir d'achat en Europe font que nous avons encore de l'avenir.

Partager :

Vous devez vous connecter pour publier un commentaire.

