

Raynald Thevenet, AutoJM : "La France souffre du syndrome du bon élève"

Publié le 10 septembre 2025 [Par Gredy Raffin](#) 4 min de lecture

Le président-fondateur de l'enseigne de vente de véhicules pré-immatriculés et d'occasion témoigne de son inquiétude concernant la trajectoire suivie par le marché automobile en France. Raynald Thevenet regrette l'instabilité constante qui crispe depuis trop longtemps maintenant les consommateurs et met la pérennité économique d'AutoJM en péril.



Le Journal de l'Automobile : Quelle perception avez-vous du marché automobile ?

Raynald Thevenet : Il est morose. Mais cela ne date pas d'hier. Nous avons subi la pandémie, la guerre en Ukraine, les décisions européennes en faveur des voitures électriques et maintenant la crise gouvernementale vient s'ajouter. Il y a une instabilité et une illisibilité qui bloquent les consommateurs.

J.A. : Comment cela se traduit-il en termes de fréquentations ?

R.T. : Notre site internet est toujours consulté. Mais la faible part de demandes de devis montre qu'il s'agit avant tout de curieux. Une curiosité à l'égard de motorisations classiques, en premier lieu des voitures diesel, car la demande s'oriente vers cette énergie dès lors que nous parvenons à proposer du choix.

J.A. : Cette faible conversion a forcément un impact sur vos activités...

R.T. : La France souffre du syndrome du meilleur élève. Nos politiques veulent donc toujours faire mieux que les voisins. Nous souffrons dans le secteur automobile d'une volonté d'électrifier à tout prix le parc roulant. Nous voyons aussi tous nos concurrents directs basculer dans le rouge avec des véritables pertes de résultat qui se chiffrent en millions d'euros. Un retour de la stabilité politique dissuaderait les Français de recourir à l'épargne préventive et les inciterait à consommer davantage.

Aramisauto refonde son image sur l'économie circulaire

J.A. : Certains de vos concurrents sur le marché des voitures pré-immatriculées, à l'instar d'Aramisauto, s'ouvrent aux voitures d'occasion plus traditionnelles. Qu'en est-il chez vous ?

R.T. : Nous avons essayé. Nous avons toujours une cellule dédiée aux [voitures d'occasion](#), mais nous ne misons pas sur ce segment. Il demande un BFR bien plus conséquent. Or, le risque est désormais trop important à nos yeux. Au moindre retournement de marché, nous pourrions perdre des sommes colossales. C'est une réalité chez les indépendants qui n'ont pas de constructeur et de système de rémunération pour compenser.

J.A. : Comment voyez-vous la fin d'année 2025 ?

R.T. : Je pense que la tendance va se poursuivre. Le leasing social ne sera qu'une parenthèse pour une frange de la population, mais le manque de vision européenne n'encouragera pas les clients à reprendre la route des points de vente automobiles. Ce comportement se lit dans les statistiques : avant, nous reprenions 90 % des véhicules au terme du contrat de LOA, alors qu'aujourd'hui neuf clients sur dix lèvent l'option.

Comme d'autres, nous travaillons surtout à la survie de l'entreprise

J.A. : Un vrai manque à gagner dans le registre du remarketing. Quel moyen avez-vous pour compenser ?

R.T. : Nous activons le levier de la reprise, mais avec prudence car il faut gérer les variations de valeur. Par ailleurs, notre atelier de préparation a été ouvert aux clients particuliers et aux assureurs pour des prestations d'entretien et de réparation. La

contribution de ce poste est passée de 5 % à 20 %, ce qui en fait l'un des piliers de l'entreprise.

J.A. : AutoJM pourrait-il s'en remettre à des projets de développement ou des synergies avec d'autres ?

R.T. : Le fait est que, comme d'autres, nous travaillons surtout à la survie de l'entreprise et à la pérennisation des emplois. Nos idées de développement en franchise ne sont pas enterrées, mais simplement remises dans le carton en attendant des jours plus propices. Des pistes de collaboration ont été étudiées avec certains confrères, sans grande conviction de notre part car il était question de place de marché BtoB et que nous n'y avons vu qu'un moyen pour les professionnels de se séparer de véhicules peu intéressants. Ce qui ne veut pas dire que nous sommes fermés à des rapprochements.