



**Thématique :**  
**Services de l'automobile**

<http://www.annoncesno1automoto.com/>  
Automobiles - Rubriques d'information,  
Nouveautés, technologies et annonces.

*Date de parution :*  
18/11/2010

**Dossier :** Centres ROADY,  
Services de l'automobile,  
Innovation et concepts.

### *Innovations dans le domaine des services de l'automobile*



La nouvelle formule proposée par ROADY\* ou...

#### **Comment passer des services de base « express » aux services spécialisés « façon constructeurs » ?**

\* Roady, l'enseigne produits services auto des « Mousquetaires »

Roady, Centre auto en région parisienne, disposant de nouveaux concepts de services (photos RJR)

#### **Principe et objet de nos « dossiers »**

- Présenter et tester des produits et/ou services tels qu'ils sont proposés à un public de consommateurs et d'usagers ;
- Examiner les aspects novateurs et mettre en évidence les éléments pouvant changer la donne dans une filière ou profession, ici dans les services de l'automobile ;
- Exposer la méthode des concepteurs, de même que les moyens utilisés à l'occasion du lancement sur le marché ;

#### **L'état des lieux dans le secteur des services de l'automobile : améliorations sensibles en vue**

En France, la filière automobile génère, directement ou indirectement, dix pour cent des revenus. Elle procure des emplois dans la même proportion, c'est dire l'importance qu'elle représente pour l'économie.

Pour sa part, la branche des « services de l'automobile » (qui va de la réparation en tous genres à la location, en passant par le contrôle technique et l'auto école) représente, selon l'INSEE, un vivier d'emploi de l'ordre de quatre cent cinquante mille personnes.

L'histoire des services de l'automobile n'est cependant pas un « long fleuve tranquille ».

Qui ne connaît, en effet, tel ou tel d'entre nous ayant eu, un jour, à émettre des griefs ou, pour le moins, des réserves sur un service rendu par un réparateur ? Qui n'a jamais souhaité une amélioration sensible du service pour un prix restant toutefois dans la limite de l'« acceptable » ?

Les enseignes de services auto ont, au fil du temps, fleuri dans les centres commerciaux. Elles ont longtemps souffert (et souffrent toujours pour certaines) d'un déficit d'image. En effet, les centres de service « sans rendez-vous » se sont souvent contentés de délivrer des services d'entretien de premier niveau (vidanges, remplacements de pneumatiques et accessoires de freinage...)

En outre, la qualité des pièces et accessoires a pu, dans certains cas, poser problème. Certains centres appartenant à diverses enseignes ont été perçus, parfois, comme ne disposant pas d'un personnel suffisamment qualifié pour préconiser les « bonnes réparations ». Du coup, les automobilistes les plus exigeants ont pu craindre les risques induits d'un surcoût à l'usage, malgré des prix d'appel attractifs proposés sur des pièces de rechange qui n'étaient pas forcément d'origine..

L'image des centres de réparation s'en est trouvée entamée ou altérée. Considérés comme des généralistes, ils supportaient difficilement la comparaison avec les distributeurs et réparateurs spécialisés intégrés aux réseaux des grandes marques.

Voilà pour un passé qui ne concerne pas toutes les enseignes, ni tous les centres.

## **Les Centres ROADY veulent redorer le blason de la profession, tout en changeant la donne !**



L'accueil dans les Centres Roady : espace d'attente, accueil atelier et baies vitrées

Disposant de 129 centres en France et ambitionnant d'atteindre les 200 unités en 2013, France et Portugal compris, deux pays où l'enseigne progresse sensiblement, ROADY entreprend de « changer la donne ». C'est donc ce que nous allons chercher à évaluer dans ce dossier.

Pour répondre aux objectifs qu'elle s'est fixés, l'enseigne compte sur la montée en gamme de ses produits et services, de même que sur l'amélioration du niveau de technicité de ses outils de diagnostic. Conjointement, l'enseigne mise sur une formation accrue de son personnel.

L'opportunité d'une appréciation des services nous a été donnée lors de l'inauguration du Centre ROADY implanté au sud de la région parisienne, à LONGPONT sur Orge près de Montléry. L'unité visitée intègre les plus récents services et concepts mis au point par l'enseigne.

### **Quels gains à attendre pour le consommateur « automobiliste » ?**

Dans ce dossier consacré aux « Services de l'automobile », la problématique\* exposée (Comment proposer et intégrer des services spécialisés « façon constructeurs ? ») bénéficie d'une approche traitée d'un double point de vue :

- Cibler l'intérêt du consommateur qui, conscient de ses propres « contraintes budgétaires » (traduisez : son porte-monnaie), se pose une question très basique : « Où et comment puis-je obtenir le meilleur service au meilleur prix ? » ;
- Examiner en quoi la méthode utilisée par les prestataires, qu'ils soient employés, techniciens, managers et chefs d'entreprise, est bien productrice des services annoncés. Une responsabilité qui repose sur leur aptitude à pérenniser l'activité, c'est-à-dire à préserver, au fil du temps, l'attractivité des services rendus, tout autant que leur qualité !

\* (Problématique, un mot savant utilisé pour désigner « l'art et la manière d'apporter la ou les solutions attendues » ; c'est en tout cas la définition que nous en donnons)

### **Une nouvelle donne pour les réseaux de service existants ?**

#### Bref retour sur histoire

Depuis leur origine (les premiers centres commerciaux datent du début des années soixante dix), les grandes enseignes généralistes – essentiellement alimentaires au départ -, ont servi de « locomotives » aux centres commerciaux qui ont poussé comme des champignons en périphérie de nos villes. A l'occasion de nouvelles implantations ou de rénovations, l'on a vu fleurir aussi, à côté de boutiques venues étoffer l'offre, des centres d'entretien et d'accessoirisation ciblant, cette fois, directement les automobilistes.

Associés la plupart du temps aux enseignes alimentaires, ils ont bénéficié des synergies générées par leurs grands aînés dont l'aptitude à drainer le chaland n'est plus à démontrer. C'est ainsi qu'un maillage assez dense couvre désormais l'ensemble du territoire. Il a servi de base à l'extension de ramifications internationales.

## La nature des services proposés par les « Centres Auto »



Espace de vente Roady : disposition du magasin, allées et espaces spécialisés (ici le son)

Vu du côté clients et consommateurs, les caractéristiques « service » peuvent se résumer ainsi (examinées du point de vue de l'entreprise, elles constituent le « business model ») :

- Une notion clé : le service de proximité ;
- Avec pour corollaire (l'élément qui « va avec ») la rapidité d'exécution du service proposé (l'entretien est effectué, la plupart du temps, sans rendez-vous), sous respect d'une contrainte de qualité ;
- Et, « Last but Not Least », en dernier, mais non la moindre, une politique commerciale agressive qui se décline en termes de prix et promotions ; elle vise à procurer des « gains de pouvoir d'achat » au consommateur.

Au cours des dernières années, la situation semblait s'être progressivement figée entre Centres d'entretien auto et réseaux des marques automobiles, non pas tellement en termes de concurrence, toujours très présente et active, mais plutôt en termes de délimitation de services et champs d'action.

Il faut dire que, dans le même temps, les constructeurs se sont efforcés de maintenir les parts de marché de leurs propres réseaux de distribution, rentabilité et prospérité des réseaux étant bien entendu corrélées avec le niveau des ventes.

### **En stimulant la concurrence, la loi européenne a changé la donne**

Depuis 2008, la législation européenne a ouvert la voie à une évolution permettant aux centres existants de proposer des services d'entretien qui préservent la « garantie constructeur ». Pour les centres de « service auto », cela représente un changement important, à condition de pouvoir attirer à eux une clientèle plus exigeante, c'est-à-dire à condition que la qualité des services soit bien au rendez-vous.

Les contraintes sont bien précises, sachant que les constructeurs, et encore moins les clients, ne souhaitent renoncer à la qualité de service, de même qu'à la garantie qui doit lui être associé !

Prétendre délivrer des services spécialisés signifie donc répondre à des obligations majeures qui ne peuvent être assurées que par un personnel qualifié, formé à utiliser les onéreuses « valises de contrôle ». En effet, celles-ci sont devenues indispensables pour établir le diagnostic des derniers modèles et générations de véhicules.

En tout cas, l'évolution du contexte réglementaire et technique a été considérée comme une opportunité pour le réseau ROADY chargé, au sein du groupement des « Mousquetaires », des services de l'automobile.

### **Centres ROADY « Nouvelle formule » : un nouveau combat pour les « Mousquetaires » !**

Dans l'univers des huiles pour moteurs, il est courant de parler de nouvelles compositions et formulations. Ce vocabulaire nous semble transposable aux « Services », pour mieux nous servir à en déterminer les caractéristiques !

Plus précisément, sur la base des services qu'ils proposent, cherchons à savoir dans quelle mesure les centres ROADY peuvent challenger les réseaux des constructeurs ?

D'abord, en déployant une gamme de produits et de services allant des plus simples ( vidange, montage de pneus) aux plus complexes (embrayage, kits de distribution...), en passant par l'entretien (freinage, amortisseurs) et l'équipement des véhicules (son, autoradios, lecteurs DVD, tuning...)

En second lieu, en décidant d'étendre quantitativement et qualitativement les prestations (avec une adaptation du « contexte » dans lequel le service est délivré). C'est ainsi que l'enseigne propose une formule plus personnalisée, inaugurée à la mi-novembre 2010 dans son centre de LONGPONT sur Orge.

Aller plus loin dans l'examen des réponses apportées, oui, mais qu'est-ce que le consommateur peut précisément en attendre ?

### Les « plus » de la formule ROADY

Outre le maintien de la « garantie constructeur » évoquée précédemment, la nouvelle formule se distingue par une extension de la palette des services, complétée aussi par des « engagements » destinés à sensibiliser, puis à capter l'attention du client.



Espace Atelier et technicité de pointe (ici ponts, parallélisme 3 D, poste de montage des pneus)

L'offre ROADY cherche à apporter des réponses en traitant plusieurs aspects essentiels.

**Au niveau du magasin** dont le fonctionnement repose sur le libre service conseil :

- ROADY présente une gamme relativement étendue (3.500 articles, soit environ 8.000 références en stock, sur un potentiel de plus de 60.000 références disponibles sur commande) ; en complément, certains produits sont développés sous la marque de distribution de l'enseigne, dont huile, batteries, balais d'essuie-glace ;
- Les produits couvrent un éventail assez large d'équipements, y-compris pour les véhicules les plus récents ; c'est la résultante de la stratégie multimarques ; à noter, en ce qui concerne les pneumatiques, un alignement sur les prix Internet : vente « pose comprise » sur le site MOVEO ;
- Mise en avant des produits électroniques embarqués : GPS, détecteurs de radars, lecteurs audio et DVD (avec vendeurs conseil et installateurs spécialistes) ;
- Pour l'information du consommateur, une PLV (Publicité et information sur le Lieu de Vente) bien disposée autour du magasin, avec affichage clair des prix et engagements de service ;
- Une charte de garantie portant sur les pièces et prestations (pièces disponibles sous 24 H) ;
- L'offre est construite pour répondre, à la fois, aux exigences des clients adeptes du « Faites-le vous-même » et satisfaire les demandes de ceux qui optent pour le montage en atelier.

**Côté atelier et service**, notons l'intégration des technologies les plus récentes, dont :

- La possession d'outils électroniques de diagnostic répondant aux normes des constructeurs (autrement dit, les fameuses « valises » de contrôle) ;
- L'usage d'un banc de géométrie 3 D pour contrôler et régler le parallélisme des roues (à effectuer périodiquement ou encore après un choc même léger, par exemple contre un trottoir) ;
- Les postes de montage et d'équilibrages des pneus, adaptés selon les principales caractéristiques des jantes ;

- Les dessertes, tiroirs et boîtes spécialisés d'outils par marques et constructeurs...

Au niveau de **l'engagement écologique** et environnemental, signalons en particulier :

- Une collecte des déchets répondant aux contraintes de préservation de l'environnement ;
- La référence à un engagement pris dans un accord cadre signé en 2009, y-compris pour résorber les pneus non encore recyclés, voire abandonnés dans la nature (estimation : 77.000 tonnes par an) ; cette initiative, commune à plusieurs acteurs, a donné naissance à l'Association RECYVALOR pour le recyclage et la valorisation des déchets ;
- Une recherche portant sur l'intégration des locaux dans l'espace urbain et la zone commerciale environnante.

### **Le « plus » séduction et efficacité**

Cherchant à se démarquer de ses concurrents, le nouveau Centre ROADY de LONGPONT sur Orge a décidé de prendre également en compte les attentes de sa clientèle féminine, en lui dédiant un espace particulier où sont présentés des produits de confort et une accessoirisation plus féminine (un point qui concerne aussi le choix des revues disponibles à l'espace accueil, éclairé par une large baie vitrée), autant d'éléments destinés à faire sortir l'automobile de son univers initial masculin, un temps perçu à la limite « macho ».

A noter, également, la place faite aux collaboratrices femmes, non seulement en tant qu'hôtesse d'accueil ou de caisse, mais surtout en qualité de conseillères réelles et « crédibles », établissant et explicitant la composition d'un devis. D'ailleurs, la démonstration nous en a été donnée à l'occasion du test auquel nous nous sommes livrés.

### **Le test « Service »**

Notre test a porté sur la demande d'un devis de première révision d'une Renault Clio III Estate 1.5 dCi 85 ch.

Après avoir fourni la carte grise et répondu à quelques questions, le devis a été saisi, édité et présenté dans les cinq minutes qui ont suivi.

Le devis comprend un forfait main d'œuvre accompagné du détail des prestations et petites fournitures telles que joint de vidange. Les pièces (en l'occurrence filtre air et filtre gazole), leurs caractéristiques et qualité sont clairement identifiés, de même que la nature de l'huile fournie.

L'évaluation que nous en avons pu effectuer est positive, en particulier lorsque les points suivants ont été abordés :

- La question relative à la compatibilité de l'huile avec un éventuel équipement FAP (échappement doté d'un Filtre A Particules) a été évoquée par l'hôtesse ; ce faisant, elle a rempli son rôle de conseillère;
- Le devis est resté centré sur les éléments à changer nécessairement. C'est ainsi que le remplacement du filtre d'habitacle n'a pas été considéré comme obligatoire pour un véhicule en service depuis environ un an, en usage mixte (le cas eût été différent pour un usage quasi exclusif en ville). Nous n'avons donc pas noté de tendance à vouloir surfacturer ou « forcer la main » du client par anticipation du remplacement des pièces ;
- A notre demande, un nouveau devis a été établi, avec tout autant de diligence et rapidité, incluant cette fois le filtre d'habitacle, accompagné de commentaires énoncés verbalement, dont nous venons de faire état ;
- Avantage compétitif : En établissant une comparaison avec une prestation de même ordre dans un centre RENAULT, nous avons pu constater un avantage compétitif compris entre 7 et 10 % en faveur du centre ROADY.

Au client, par conséquent, de faire son choix en faveur de tel ou tel service, en fonction de l'importance et de la hiérarchisation accordée aux critères d'évaluation.



## Les centres ROADY, en bref

L'enseigne, née en 2004, dispose de 129 centres répartis sur le territoire français.

Les Centres font partie du Groupement des « Mousquetaires », plus connu sous l'enseigne phare ou le bateau amiral « Intermarché ». Rappelons que, pour leur part, certains Intermarché se sont par ailleurs lancés dans la location de véhicules utilitaires en proposant des prix très attractifs.

Géré de façon indépendante, chaque Centre ROADY constitue un ensemble qui dispose :

- d'un espace Atelier auquel les véhicules accèdent par sept baies vitrées (se reporter supra au paragraphe traitant de l'intégration des technologies) ;
- d'un libre service attendant couvrant 350 à 500 m<sup>2</sup>, selon les implantations. Trois mille cinq cent articles (représentant 8.000 références) y sont présentés et tenus en stock, répartis en trois « univers » : Equipement, entretien, réparation automobile ; les autres références sont disponibles sur commande, dans les 24 H ;

L'ensemble magasin + atelier couvre, hors parking et de façon standard, une surface de l'ordre de 1.000 m<sup>2</sup>, ce qui est d'ailleurs le cas du centre ROADY de LONGPONT sur Orge qui emploie douze salariés. Ce nouveau point de vente - service est dirigé par Kaled NETICHE.

### *En résumé,*

Nous avons aimé ou apprécié :

- De trouver en un même lieu, dans un espace bien agencé (l'espace boutique bénéficie en outre d'une assistance conseil), une gamme étendue de produits auto, ainsi qu'un ensemble de services d'entretien et réparation qui repose sur la possession des plus récents équipements de diagnostic automobile ;
- Un double engagement qualité et prix, matérialisé par une charte, allant au-delà des promotions ponctuelles : l'enseigne affiche des prix placés « à l'année » ; pour la qualité, l'approvisionnement en pièces d'origine ou équivalent ;
- Une approche qualité « façon constructeurs » : Une alternative aux réseaux des marques, constituant un véritable challenge pour les centres qui s'engagent sur la mise en oeuvre d'un niveau de professionnalisme élevé ;
- Des espaces d'accueil aménagés avec soin, personnalisés et agrémentés de fleurs et plantes (nous donnons d'autant plus volontiers cette information que ce constat n'est pas très courant dans des points de vente du même type) ;
- La rencontre avec un personnel qualifié et formé, comprenant aussi des hôtesse d'accueil dont la vocation est bien d'être de véritables conseillères techniques (probablement, un standard qui se développera, mais qui, pour l'instant, demeure une innovation dans un Centre de service auto !).

Enfin, l'état d'esprit « Mousquetaires » qui, dans le respect des valeurs du groupe, vise à proposer le meilleur produit au meilleur prix avec, ici, l'attention portée à la notion de « service ». Une implication incontestablement forte, via le Manager du centre qui mobilise et « responsabilise » ainsi son équipe.

Un manager soutenu par ses collègues et qui peut compter sur l'appui technique du Groupement, représenté par ses membres dont nous avons pu constater l'excellent niveau de professionnalisme.

Illustration - Lors de la journée d'inauguration du Centre de LONGPONT sur Orge (situé à quelques encablures des locaux du groupement, à BONDOUFLE), plusieurs collègues du Responsable étaient présents sur les lieux, prenant une participation active à la présentation : l'illustration par l'exemple de la façon dont les Mousquetaires parviennent à s'épauler entre eux.

... / ...

## Qui sont les « Mousquetaires » ?

A l'origine, en 1969, une scission d'avec les centres Edouard Leclerc a donné naissance au Groupement des Mousquetaires.

Le groupement rassemble des chefs d'Entreprises indépendants qui respectent un certain nombre de principes et une règle qui semble revêtir un caractère un peu magique : « l'indépendance dans l'interdépendance ! »

Les membres défendent et revendiquent des valeurs, telles que l'engagement prix : « apporter au consommateur les meilleurs produits au meilleur prix » ou encore la mobilisation du personnel pour la réalisation des objectifs (entreprises à taille humaine), dans le cadre de magasins jouant la carte de la proximité.

Les « Mousquetaires » sont spécialisés par métiers regroupés en autant d'enseignes : Intermarché (alimentaire), Bricomarché (bricolage), Netto (hard discount), Aramis (services financiers) et Roady (boutiques et services auto).

Hormis un montant minimum à investir, l'entrepreneur qui intègre le groupement n'a pas de droit d'entrée à payer, pas davantage de royalties ou de redevances (hormis 1,05% pour frais de fonctionnement des services centraux).

Le nouvel adhérent est admis par ses pairs, devant lesquels il passe un entretien d'évaluation de ses aptitudes et dispositions à devenir membre du groupe. A noter, l'engagement qu'il prend de consacrer un tiers de son temps au service du groupement (l'équivalent de deux journées par semaine), un moyen aussi, pour lui, d'éviter la « solitude du chef d'entreprise ».

Dossier présenté par JR Rouzioux,  
Le 18 novembre 2010

© AnnoncesNo1 automoto et sites associés, nov. 2010

Reproduction autorisée, sans modification, à des fins pédagogiques.