

COMMUNIQUE DE PRESSE

Le 22 mars 2022

Mobilians renouvèle sa campagne de communication pour valoriser les missions des concessionnaires automobiles à l'occasion de la campagne Présidentielle

Les concessionnaires automobiles font face à une transition écologique et numérique sans précédent, accélérée par une pression réglementaire de plus en plus forte (Paquet de la Commission européenne « Fit for 55 », Règlement européen sur la distribution automobile,...), de surcroît dans un contexte économique très difficile : en ce début d'année 2022, les ventes automobiles se portent au plus mal, avec une baisse de 20,3% au cumul des deux premiers mois de l'année, après une chute vertigineuse de 25% des ventes par rapport à l'année 2019.

Dans un contexte de campagne Présidentielle, où MOBILIANS souhaite faire entendre la voix des concessionnaires, l'organisation professionnelle lance la deuxième vague de sa campagne de communication sur les forces et atouts de cet écosystème essentiel au service des Français, alliant expertise, proximité, sécurité, et partenaire de la transition écologique.

Un écosystème essentiel de proximité au service des Français

Alors que les candidats à la Présidentielle ont été auditionnés par la filière automobile (représentée par MOBILIANS, la PFA, la FIEV et la CSIAM), le 14 mars dernier, les concessionnaires entrent une nouvelle fois en campagne pour rappeler la force et les atouts de cet écosystème essentiel, au service des automobilistes, et partenaire de l'Etat dans la mise en œuvre des politiques en faveur de la transition écologique, de la sécurité routière, du pouvoir d'achat et de l'aménagement du territoire :

- **Un écosystème de proximité** : le réseau de distributeurs assure un maillage territorial fort, et un service au plus près des Français. Ce maillage doit être préservé et renforcé, que ce soit en zone rurale, urbaine ou périurbaine, pour répondre aux attentes des automobilistes. La proximité

- demeure et demeurera l'un des critères les plus importants pour l'achat et l'entretien d'un véhicule, qu'il soit neuf ou d'occasion. Cette proximité fait partie des attentes majeures des automobilistes, non seulement pour l'achat de son véhicule mais également pour un service après-vente de qualité (réparations sous garantie, entretien, etc.) ;
- **Un écosystème d'expertise** : les réseaux de distribution physiques déploient des investissements massifs en matière de formation pour accompagner les automobilistes face à un produit de plus en plus technologique et complexe ;
 - **Un acteur de l'aménagement du territoire** : les distributeurs sont un partenaire majeur de l'aménagement du territoire, capables d'anticiper les besoins de mobilité de ses clients, et contributeur essentiel au tissu entrepreneurial et d'emplois locaux ;
 - **Un acteur de la transition écologique** : les distributeurs conseillent les automobilistes sur des véhicules adaptés à leurs usages et au défi majeur de la transition écologique. Les concessionnaires sont des partenaires de l'Etat en matière de fiscalité verte : perception des malus via les immatriculations, gestion des dossiers et avances des bonus et primes à la conversion, ... ;
 - **Un écosystème apportant une sécurité juridique** : les distributeurs assurent la sécurité juridique du client sur l'origine et la conformité des produits, ainsi que la sécurité administrative des transactions. Ils permettent le financement de l'acquisition des véhicules.

Ces multiples raisons expliquent l'attachement des Français envers leurs concessions, selon une **étude d'opinion menée par l'institut Harris Interactive** en octobre 2021 à la demande de MOBILIAN (*Près de 90% des Français jugent positivement leur expérience en concession automobile, 8 Français sur 10 considèrent les concessionnaires automobiles comme sympathiques, compétents et utiles*).

L'ensemble de ces services liés à la distribution sont toujours plus innovants et performants alors même que le coût de la distribution pour le consommateur reste limité et maîtrisé, représentant 7 % du prix de vente moyen, en baisse constante depuis une décennie (**lien vers l'étude** de MOBILIAN).

« Cette campagne de communication traduit parfaitement les réponses qu'apportent au quotidien les concessionnaires à leurs clients : un conseil permanent, une expertise reconnue, des services inégalés et une proximité indispensable. En tant que maillon essentiel de la filière automobile, les concessionnaires promeuvent via cette campagne leur vision du futur de la distribution automobile qui ne peut s'écrire sans eux » estime Marc Bruschet, Président des concessionnaires VP chez Mobilians.



La campagne Présidentielle, un moment clé pour faire entendre la voix des concessionnaires

MOBILIANS lance la deuxième vague de sa campagne de communication autour de la signature : « **Ma concession, c'est la solution.** »

Cette campagne de communication, lancée dans le contexte de la campagne Présidentielle, comprend un volet publicitaire en TV, sur le web et sur les réseaux sociaux, et s'effectuera en deux temps : du 14 mars au 14 avril et sur le mois de septembre.

Parallèlement, elle s'appuie sur une Charte listant les 7 engagements concrets pris par les concessionnaires au service de leurs clients, qui sera relayée dans les 7.000 concessions qui maillent le territoire français.

L'ensemble des éléments relatifs à cette campagne, réalisées avec l'appui de l'agence CLAI, est disponible sur une page dédiée : maconcessioncestlasolution.fr

À propos de MOBILIANS

MOBILIANS est le premier mouvement des chefs d'entreprises du commerce et de la réparation automobile et des services de mobilité : voitures, motos, vélos, véhicules industriels, trottinettes, etc. Notre organisation professionnelle représente près de 160 000 entreprises de proximité et 500 000 emplois non délocalisables partout en France. MOBILIANS défend les intérêts individuels et collectifs des professionnels de la mobilité par la route et les accompagne dans les évolutions de leurs métiers. Il déploie une action prospective de développement durable et de promotion d'une mobilité individuelle ou partagée en lien avec toutes les parties prenantes.