LEADER FRANÇAIS DE LA VENTE
ET DU MONTAGE DE PNEUS SUR INTERNET

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, le 19 février 2015

Marché du pneu en 2014

Allopneus.com devient la 1ère enseigne de vente de pneus en France.

Sur un marché du pneu globalement stable 2014, Allopneus.com conforte sa progression avec 3 millions de pneus vendus et plus de 55% de part de marché sur le canal web.

Un marché du pneu en mutation

En 2014, près de 39 millions de pneus ont été vendus sur le marché du remplacement en France.

Le marché du pneumatique reste dynamique mais affiche un recul de - 1% sur le segment TC4 (tourisme, camionnette et 4x4) en raison notamment d'une météorologie particulièrement clémente sur le dernier trimestre qui a entrainé une baisse significative des ventes de pneus hiver.

Sur le marché du pneumatique, le secteur du remplacement est le plus important. Il représente en France 2/3 des ventes pneumatiques pour véhicules de tourisme, camionnettes et 4x4. La distribution du pneumatique est très spécifique. Elle est organisée au travers de réseaux parfaitement structurés : négociants spécialistes, concessionnaires, garages, centres autos / fast fitters et pure players Internet.

2014, la guerre des prix

En 2014, si l'ensemble des prix liés au secteur automobile a augmenté (+ 3,1% pour la réparation automobile et + 2,1% pour l'entretien courant), seuls les prix des carburants (environ - 4%) et des pneumatiques (- 1,5%) ont baissé (*Source : Insee*). Cette pression sur les prix est liée au fait que les automobilistes cherchent de plus en plus à réduire leur budget et a été facilitée par la baisse du coût des matières première d'origine pétrolière qui a donné plus de latitude commerciale aux manufacturiers.
Dans un contexte de très forte concurrence entre les différents acteurs du marché, tous segments confondus, Internet est en effet devenu l'outil référent pour comparer les produits, rechercher facilement les meilleurs prix et la disponibilité. Dans 88 % des cas, la motivation des internautes se rendant sur les sites de vente de pneus reste le prix (*source : Gipa 2014*).

Les ventes de pneus sur Internet ont doublé en 4 ans

Les parts de marché des différents canaux sont redistribuées et les ventes sur le canal web continuent de progresser rapidement pour se rapprocher des celles réalisées par les réseaux traditionnels. **Aujourd'hui, les ventes de pneus sur Internet représentent près de 14% du marché.**
La concurrence sur Internet s'est accrue en 2014 et si les prix accordés par les pure players du pneu constituent une des premières raisons de cette progression, l'élargissement de l'offre et l'amélioration du niveau de service (réseaux de montage...) expliquent aussi le succès des acteurs du Web.
Le pneu est le principal équipement automobile recherché sur Internet et représente 60% des recherches après-vente (étude Google après-vente janvier 2015).

Les comportements d'achat ont fortement évolué ces dernières années et les cyberacheteurs sont de plus en plus nombreux. En effet 1/4 des automobilistes sont disposés à acheter leurs pneus sur Internet (étude Harris Interactive - décembre 2014). Un indice qui confirme le fort potentiel de croissance des achats de pneus sur Internet notamment grâce au déploiement de la distribution digitale (web+mobile).
D'ici 2020, 1 pneu sur 5 sera vendu sur Internet selon l'étude du cabinet conseil Frost & Sullivan de 2014.

Allopneus.com devient la 1ère enseigne de vente de pneus en France

En 2014, Allopneus.com, le leader de la vente et du montage de pneus sur Internet, poursuit sa progression et conforte son leadership.
Le site a atteint les 3 millions de pneus vendus (toutes catégories confondues) et détient aujourd'hui près de 55% des ventes de pneus sur Internet, soit près de 8% du marché global du pneu en France. Le site est entré en 2014 dans le top 3 des plus gros vendeurs de pneus, tous circuits de distribution confondus. La progression constante de ses ventes, très supérieure à celle du marché le positionne potentiellement comme 1ère enseigne de vente de pneus en France. Une performance qui se confirme avec une hausse de + 22% des volumes en janvier 2015.

Alors que les ventes de pneus hiver, qui avaient fortement progressé en 10 ans en passant de 5 à 14% du marché total TC4, sont en net recul en raison d'une météorologie clémente sur l'ensemble du territoire en fin d'année 2014, le site a également enregistré une performance très supérieure au marché avec un taux de 20 % de pneus hiver vendus (contre 12% en moyenne pour les différents acteurs). L'augmentation significative des ventes de pneus hiver de 92% en janvier 2015 par rapport à janvier 2014 montre qu'une des forces du site est d'être extrêmement réactif et de savoir répondre sans délai aux demandes liées aux événements météorologiques.

Le site a su dès mai 2014, développer avec succès une offre digitale (web + mobile) et a largement développé sa clientèle. En fin d'année 2014, le nombre de visites sur smartphone représentait déjà plus de 20%.

Allopneus.com, 10 ans de progression constante

En 10 ans, Allopneus.com est devenu un acteur incontournable de la distribution et du montage de pneumatiques mais également une des entreprises les plus dynamiques et performantes en France. Allopneus.com a en effet réussit le pari de vendre en ligne un produit aussi complexe que le pneu, encombrant, coûteux à transporter et nécessitant obligatoirement une prestation avec un matériel adapté et un savoir faire professionnel.

Une offre et des services uniques

Le succès d'Allopneus.com tient en grande partie à son offre et à la qualité de ses services inégalés. Le site propose plus de 20 000 références disponibles via un stock de 600 000 pneus sur sa propre plateforme en France (Oignies 62). Allopneus.com stocke et travaille en direct avec tous les grands manufacturiers. Ces derniers ont bien compris la puissance du site, l'incidence du Digital en terme d'achat, mais aussi l'influence sur le consommateur (phénomène ROPO = Reasearch Online, Purchase Offline). Grâce au choix (marques et gammes), aux meilleurs prix, au stock disponible, au réseau de montage agréé (5 500 centres partenaires), à l'offre exclusive de montage à domicile en nom propre sur 92% du territoire, l'amélioration constante de la qualité des services (taux de satisfaction de 92,5% selon enquête de mars 2014) et le lancement de son site mobile, Allopneus.com progresse d'année en année sur le marché.

Allopneus.com est aujourd'hui le 1er media digital grand public du pneu en France avec, selon les mois de 2 à 3,5 millions de visites et plus de 100.000 visites/mois sur son blog Chewing-Gomme et poursuit sans relâche le développement de sa stratégie au bénéfice de la satisfaction client.

D'ici à 2020, Allopneus.com devrait augmenter ses ventes pour atteindre 10% du marché global du pneu en France grâce à l'amélioration constante de son offre et de la qualité de ses services (solutions de montage en centres ou à domicile, centre d'appel clientèle…) mais aussi en développant la nouvelle clientèle M-commerce. Allopneus.com ambitionne de doubler son taux de transformation sur site mobile et atteindre plus de 15.000 commandes par mois uniquement sur smartphone et tablette. Sur www.allopneus.com, le nombre d'utilisateurs mobile a progressé de +86% en 1 an.

Pour conforter cette progression, Allopneus.com développe, parallèlement au BtoC, les ventes BtoB vers les revendeurs et les gestionnaires de flottes. Le site renforce également ses offres et services sur les niches de marché (haut de gamme, compétition et collection) pour améliorer encore ses résultats sur les segments à haute valeur ajoutée et conforte sa réputation de qualité et de professionnalisme auprès d'une clientèle exigeante d'initiés ou de passionnés.

"Depuis sa création il y a 10 ans, Allopneus.com ne cesse d'innover et de se développer pour faciliter la vie des automobilistes en apportant une offre de produits complète et de services inégalés. La vente de pneus sur Internet était un vrai challenge que nous avons su relever grâce à notre connaissance du secteur, au professionnalisme de nos équipes et aux partenariats très étroits que nous avons établis avec les manufacturiers. Allopneus.com est devenu rapidement leader sur son marché en déployant des solutions sur mesure pour les particuliers et les professionnels. Aujourd'hui, face à une plus forte concurrence, Allopneus.com dispose d'outils de développement spécifiques, souples et performants qui lui permettent de conforter son leadership et d'envisager encore d'importantes progressions. Allopneus.com dispose d'un beau potentiel de croissance : 1 pneu sur 5 sera vendu sur Internet en 2020 " commente Didier Blaise - Président fondateur d'Allopneus.com.

Leader français de la vente et du montage de pneus

Créée en 2004, Allopneus.com est une société 100% française, dont le siège social est basé à Aix-en-Provence.
Allopneus.com propose le plus large choix de gammes du marché (pneus tourisme, agricoles, 4x4, motos, quads, utilitaires et poids lourds ainsi que jantes alu et jantes tôle) à des prix de 20 à 50% inférieurs aux réseaux traditionnels, et des solutions de montage pour tous (5 500 centres de montage de pneus agréés pour les pneus tourisme et un service exclusif de montage à domicile qui dessert aujourd'hui 92 % du territoire). Le site dispose d'une plateforme logistique unique en France de 41 000 m^2 qui permet de stocker en permanence 600 000 pneus dans plus de 20 000 références et de traiter jusqu'à 12 000 commandes par jour.
En 2014, le site a vendu près de 3 millions de pneus (toutes catégories confondues) avec un chiffre d'affaires de plus de 200 millions d'euros.
Le site **www.allopneus.com** est visité en moyenne chaque mois par 2 millions d'internautes totalisant près de 14 millions de pages vues *(Source Google Analytics - compte Allopneus.com).*

www.allopneus.com
www.presse.allopneus.com