RESSE – COMMUNIQUE DE PRESSE – COMMUNIQUE DE PRESSE – COMMUNIQUE DE PRESSE – COMMUNIQUE DE PRESSE – COMMUNIQUE DE PRES

*Saint-Quentin en Yvelines, le 29 janvier 2015*

# InterRent, la marque low cost d'Europcar, accélère son déploiement international planifié, avec un objectif d'implantation dans 40 pays fin 2015

## InterRent s'est déployé avec succès dans plus de 27 pays, après seulement deux années d'existence

InterRent, conçu en 2013 comme l'offre low cost complémentaire de la marque principale Europcar, a été déployé avec succès dans plus de 27 pays à travers quatre continents. Elle compte désormais 119 stations dans les principaux aéroports et gares et une flotte moyenne de 4800 véhicules en 2014. Avec sa signature de marque « drive, save, enjoy », InterRent s'adresse aux clients « loisirs » qui recherchent à la fois un prix compétitif et la qualité de service offerte par une société leader comme Europcar.

Le segment de la location low cost est en croissance et représente environ 20% du marché de la location de véhicules en Europe[1].

Le groupe Europcar prévoit d'accélérer le développement d'InterRent, déjà significatif en 2014, avec l'objectif d'implanter des agences InterRent dans 40 pays d'ici la fin 2015.

## InterRent sera géré depuis Madrid par José María González, Directeur Général d'Europcar Espagne, avec une équipe dédiée

José María González, directeur général d'Europcar Espagne, pilotera le développement international d'InterRent, en plus de ses responsabilités actuelles. L'Espagne, l'un des premiers pays dans lequel InterRent a été lancé en 2013, est rapidement devenu le marché le plus stratégique de la marque.

Grâce à sa grande connaissance du marché espagnol, José María González y a développé une stratégie gagnante qui a démontré son efficacité sur d'autres marchés. Il sera responsable de définir la stratégie globale d'InterRent afin d'améliorer encore la compétitivité de la marque.

« *Nous avons décidé de concentrer notre stratégie sur deux marques, Europcar et InterRent, pour simplifier notre portefeuille de marques, améliorer la perception client et renforcer la place d'Europcar sur ses marchés clés. Le succès sur le segment low-cost de notre filiale en Espagne a été un exemple à suivre pour nos autres pays : le choix d'établir InterRent en Espagne est le signe de notre ambition pour ce marché* » a indiqué Philippe Germond, Directeur général du Groupe Europcar, lors du salon Fitur (Salon professionnel international du tourisme qui se tient à Madrid du 28 janvier au 1er Février).

[1] Etude Roland Berger de 2012 pour Europcar

RESSE – COMMUNIQUE DE PRESSE – COMMUNIQUE DE PRESSE – COMMUNIQUE DE PRESSE – COMMUNIQUE DE PRESSE – COMMUNIQUE DE PRES

De nombreux représentants officiels ont participé au Fitur, notamment pour l'Espagne, la Secrétaire d'Etat au Tourisme Isabel María Borrego Cortés, ainsi que les principaux acteurs du secteur du tourisme.

## A propos d'Europcar

Europcar est un des principaux acteurs de la mobilité en Europe. Présent dans plus de 145 pays, le groupe met à la disposition de ses clients l'un des plus grands réseaux de location de véhicules tant à travers son réseau en direct qu'à travers ses franchisés et ses partenaires. Le groupe Europcar opère, à travers le monde, ses propres marques Europcar® et InterRent®, sa marque low cost. L'intérêt des clients est au cœur de la mission du groupe et vient nourrir l'innovation et le développement des services de l'entreprise. Tous les collaborateurs du groupe sont engagés dans la satisfaction des clients. Europcar est un acteur engagé de la responsabilité sociétale et environnementale. En 2014, et pour la 6ème année consécutive, Europcar a remporté le World Travel Award récompensant l'entreprise la plus verte du secteur des transports (« World's Leading Green Transport Solution Company »). Europcar a aussi été désigné « Leading Car Rental Company » en Europe, en Afrique, au Moyen-Orient et en Australie. Europcar est détenu par Eurazeo, une des premières sociétés d'investissement cotées en Europe.