COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LE 1ER MARS 2023

# Retour sur la convention 2023 First Stop et Côté Route
# « Tous dans la mêlée : la force du réseau ! »

La 18ème Convention First Stop et Côté Route s'est déroulée du 27 au 29 janvier derniers à Biarritz, en présence de 285 personnes.

## Bilan 2022 et feuille de route 2023

Pour la convention 2023, les adhérents, partenaires, sponsors et collaborateurs ont pris la direction de Biarritz, où le réseau a pu échanger et partager sa vision et les projets à venir ainsi que la feuille de route de cette nouvelle année.

Le thème de cette édition « *Tous dans la mêlée, la force du réseau* » a permis de mettre en évidence les valeurs fondamentales (courage, passion, intégrité, agilité, respect et esprit d'équipe) que l'entreprise partage avec le rugby, sport national de la région mis à l'honneur pendant ces quelques jours.
Giovanni Lo Bianco, Directeur Général, qui a pour l'occasion revêtu la tenue du club de Biarritz Rugby Olympique Pays Basque, a démarré par une rétrospective sur l'année 2022 et l'impact que les événements ont eu sur l'activité économique et l'industrie du pneumatique.

La plénière a débuté par la présentation des nouveaux « équipiers » adhérents au sein du réseau puisque près de 30 points de vente ont rejoint l'enseigne en 2022. En parallèle, la direction de l'enseigne a été renforcée par l'arrivée de nouvelles recrues au sein des équipes : Armand Bidaut, Directeur des Opérations, Silvia Arriordaz-Castell, Responsable Marketing et Communication, Nadia Boudraa, Responsable des Achats, Manuelle Féron, Responsable Activité Poids Lourd et Jean Luc Gomez, Responsable Activité Agraire et Génie Civil.

Christophe De Valroger, Président et Directeur Général Retail EMIA, s'est également exprimé au nom du groupe afin de partager la vision et les orientations stratégiques pour les activités retail. Il a souligné l'ambition forte du retail de devenir le réseau de réparation le plus fiable (la qualité des produits et des prestations doit être irréprochable), le plus innovant (avec le développement de produits & services tel que l'abonnement Mobox et l'élargissement des compétences techniques, notamment sur les véhicules électriques), le plus rentable (grâce à une offre complète de prestations autour du pneumatique, de l'entretien auto et de la mobilité) et le plus durable (avec la mesure de l'impact de l'activité sur l'environnement). Pour atteindre cette ambition, le réseau doit pouvoir compter sur ses adhérents.
Concernant les orientations stratégiques, l'accent est mis sur les priorités suivantes :

- La santé et la sécurité des employés et des clients qui doivent être une préoccupation permanente,
- L'amélioration de la visibilité et la communication de la marque,
- Une stratégie digitale ambitieuse permettant à First Stop de devenir un leader du e-commerce,
- Le développement de l'activité auprès des flottes à travers l'Europe,
- La conception et la mise en place de nouvelles solutions pour les clients du réseau,
- Le déploiement de nouvelles solutions pour les véhicules électriques,
- L'adoption de pratiques plus respectueuses de l'environnement dans les magasins.

Le marché de l'automobile et de la mobilité en général fait face à de multiples mutations :

- La progression et l'évolution de la mobilité avec l'électrification du parc, l'apparition de nouveaux modes de déplacement, le développement des ZFE.
- Une spécialisation des opérations d'entretien et la multiplication du nombre de références en pneumatiques, induites par l'augmentation des parts de marché des motorisations alternatives et qui nécessiteront de faire évoluer les métiers de l'entretien automobile.
- Un consommateur aujourd'hui de plus en plus connecté et qui développe une véritable conscience écologique.
- Le coût des véhicules neufs, en particulier ceux équipés en motorisations alternatives, et la difficulté d'approvisionnement que connait l'industrie automobile font exploser le marché du véhicule d'occasion, une vraie opportunité pour le marché de l'entretien auto
- Le rapport à la propriété du véhicule évolue, le leasing se développe, faisant ainsi progresser le marché des flottes.

Tous ces changements et évolutions rendent nécessaires la transformation du réseau. Nicolas Fichot, Directeur du Développement Réseau, a présenté la vision à 5 ans dont les axes prioritaires s'articulent autour des points suivants :

- Développer le business avec une force commerciale focalisée sur la transformation des accords clients au niveau local, et sur l'évaluation du potentiel clients dans la zone de chalandise de chaque magasin.
- Pour soutenir ses adhérents, la tête de réseau met également un point d'honneur à offrir des conditions d'achat différenciantes, au service de la profitabilité.
- Améliorer l'expérience clients et homogénéiser la qualité des services et prestations délivrés par les points de vente.
- Accompagner les opportunités du marché.
- Renforcer la couverture nationale avec un double objectif : atteindre 500 points de vente dont la moitié avec une activité mixte (véhicules légers et industriels) et 450 ateliers mobiles.

Le département développement, nouvellement créé, œuvre pour renforcer l'attractivité du réseau qui déjà est probante selon l'enquête réalisée en 2022 auprès des adhérents : 79 % d'entre eux se déclarent en effet être satisfaits avec l'offre que propose le réseau, 71 % sont satisfaits avec le retour sur investissement que ce partenariat leur apporte par rapport aux réseaux concurrents et enfin, 65 % sont prêts à recommander à leurs confrères de rejoindre le réseau.

Pour 2023, Rodolphe Hamelin, Directeur Commercial, et Nadia Boudraa, Responsable des Achats, ont présenté la Politique Commerciale dans chacune des activités et l'évolution de la plateforme d'achat.

Silvia Arriordaz-Castell, Responsable Marketing et Communication, a exposé le plan d'activation promotionnelle, qui en 2023 sera soutenu par un dispositif complet en digital, radio, programme de marketing relationnel et plusieurs campagnes d'acquisition de nouveaux clients. Pour cette nouvelle année, la stratégie marketing met l'accent sur le digital, avec pour objectif d'accroître la présence du réseau sur internet, un puissant vecteur de visibilité, de notoriété et de réputation, en plus d'un levier incontournable pour générer du trafic en magasin. Le marketing local passera aussi par le numérique avec des prospectus digitalisés et distribués en ligne. Le réseau poursuit également l'activation des différents leviers digitaux pour proposer une expérience phygitale avec l'arrivée cette année de nouvelles fonctionnalités sur le site internet comme l'extension du devis en ligne à tous les magasins, la prise de rendez-vous directement sur le site internet, et l'ouverture du site aux professionnels avec un accès spécifique leur permettant de connaitre les services dont ils peuvent bénéficier.

Armand Bidaut, Directeur des Opérations, a appuyé la nécessité d'utiliser et de mobiliser simultanément tous les canaux de contact (en ligne ou hors ligne) entre le réseau et ses clients, le tout afin d'optimiser et d'améliorer l'expérience client.
Dans la poursuite de la logique de digitalisation, les adhérents vont pouvoir aussi utiliser les outils digitaux pour communiquer avec le réseau avec la mise à disposition d'un nouvel Intranet où ils pourront retrouver toutes les ressources nécessaires à l'exercice de leur activité et maintenir le contact avec le réseau.

Par ailleurs, pour accompagner ses adhérents dans la transformation des métiers du secteur automobile, le réseau met à leur disposition un catalogue de formations et mène un travail de sensibilisation aux questions relatives à la sécurité. Sur ce dernier point, les magasins sont accompagnés dans le développement d'une culture sécurité ou dans la diminution de l'accidentologie grâce à la mise en place de bonnes pratiques telles que la formation et l'information auprès des collaborateurs.

## Le Forum Fournisseurs : lieux de rencontres et d'échanges

La 2ème journée était consacrée au Forum Fournisseurs qui s'est déroulée au sein du stade Aguilera de Biarritz où 23 entreprises partenaires du réseau ont pu échanger longuement avec les adhérents des enseignes et exposer leurs dernières solutions et nouveautés produits & services.

En parallèle, 6 conférences ont offert l'opportunité aux adhérents de s'informer et d'échanger avec les fournisseurs (Bridgestone, Michelin, Culture Pneus) ou sur de sujets phares, les Grands Comptes – Eurofleet et le référencement sur internet pour leur communication locale et leur e-réputation.

## La convivialité, élément indispensable pour une bonne convention

La Convention a aussi permis de partager des moments de loisirs puisque les adhérents ont eu le plaisir d'assister, au stade Jean-Dauger de Bayonne, au match de rugby Aviron bayonnais – CA Brive pour la 16ème journée du Top 14, avec une ambiance digne des plus grandes rencontres sportives. La convivialité avait toute sa place lors de la 1ère soirée avec la privatisation des Halles de Biarritz pour découvrir la gastronomie locale.

La convention s'est clôturée le samedi lors d'un diner au Domaine de Santa Maria, situé à Villefranque au cœur du Pays basque. Une belle surprise attendait les participants grâce à Bridgestone, Partenaire Olympique et Paralympique Mondial jusqu'en 2024, avec la présence de Pauline Ado, surfeuse professionnelle qui a participé aux premiers Jeux Olympiques du surf à Tokyo en 2020 et qui représentera à nouveau la France lors des JO de Paris en 2024. De nouveaux objectifs, de nouveaux défis, la même détermination… pour elle comme pour First Stop et Côté Route ! Ce fut également l'occasion de récompenser les adhérents ayant performé dans diverses catégories.

Beaucoup d'échanges, de dynamisme, et de positivité pour cette convention 2023 !

***First Stop & Côté Route*** *sont des acteurs majeurs du pneumatique (Tourisme, Camionnette, 4x4, Moto, Poids Lourds, Agraire, Manutention et Génie Civil), des services associés et de l'entretien réparation VL et VUL (freins, vidange, révision, climatisation, amortisseurs, …). First Stop & Côté Route comptent en France plus de 400 points de vente, et s'appuient sur un réseau mixte avec des points de vente intégrés (filiales à 100 %) et des points de vente adhérents indépendants, liés à l'enseigne via un contrat d'adhésion. Proximité, expertise, et réactivité sont les maîtres-mots des réseaux First Stop & Côté Route.*