

Intégration réussie pour L'argus au sein du groupe leboncoin

Un an après son rachat, la synergie tourne à plein régime et les perspectives de développement se multiplient

Paris, le 27 novembre 2020 – Modernisation de son identité, accélération de la transformation numérique, renforcement de la stratégie éditoriale, nouveaux services...le rapprochement avec le groupe leboncoin a donné un grand coup d'accélérateur à L'argus. Venu renforcer la verticale auto du groupe, L'argus conforte son statut de spécialiste fort de ses 5 millions de visiteurs uniques par mois, de ses 120 000 abonnés et de ses milliers de clients logiciels

Une simplification pour plus d'impact

L'argus s'appuie sur des expertises solides (la presse, les logiciels, la cote...) et a prouvé en cette année particulière sa capacité à accompagner les marchés BtoB et BtoC comme démontré lors de l'opération de gel de la cote en avril dernier.

Par ailleurs, afin d'incarner ces savoir-faire et de renforcer la visibilité de la marque, l'ensemble des sociétés qui cohabitaient au sein du Groupe Argus ont été réunies pour laisser place à la seule marque forte « L'argus ».

Des contenus au cœur du dispositif

La mission principale de L'argus reste d'apporter un éclairage sur le marché automobile au travers d'informations riches et objectives. Pour les particuliers, le contenu rédactionnel proposé par L'argus s'inscrit dans une stratégie plus globale afin d'aider acheteurs et vendeurs dans leur prise de décision. *« Il ne suffit pas de regarder les prix et les équipements, il faut avoir l'avis des professionnels qui essaient les voitures. La chance d'avoir une rédaction permet de compléter cette chaîne de valeur et elle a toute sa place sur L'argus.fr et sur Leboncoin.fr. Cette phase d'informations en amont est essentielle pour bien accompagner nos utilisateurs. »* déclare Antoine Jouteau, DG du groupe leboncoin.

Dans les prochains mois, de plus en plus de services et contenus éditoriaux produits par L'argus seront d'ailleurs accessibles sur leboncoin

De nouveaux services pour les professionnels et une expansion géographique

L'argus et leboncoin se positionnent plus que jamais aux côtés des professionnels du secteur automobile en prévoyant de développer de nouveaux services d'aide à la décision et au pilotage de la performance.

« Leboncoin est un généraliste qui est en train de se « verticaliser » et L'argus est un spécialiste qui agit plus en amont. Cela fait sens d'associer les deux. Être positionné à la fois sur la marque la plus experte et sur le site le plus puissant est pour un professionnel un avantage en termes de fourniture de leads. » déclare Antoine Jouteau, DG du groupe leboncoin.

« Nous sommes passés de choix tactiques à une vision plus stratégique, et claire, de déploiement rentable à long terme avec le support des filiales d'Adevinta. Nous allons nous appuyer sur nos logiciels de gestion de stock VO et notre expertise dans la cotation des

véhicules pour nous développer dans le futur. » ajoute Olivier Flavier, Directeur Général de L'argus.

L'objectif est donc de développer de nouveaux services autour de la chaîne de valeur pour aider les professionnels au quotidien, dans un contexte de marché toujours plus compétitif.

Un déploiement à l'international

L'ambition internationale a toujours existé pour L'argus, mais va désormais être concentrée sur les pays dans lesquels est présent Adevinta, le propriétaire du groupe leboncoin.

Adevinta couvre une quinzaine de pays, il y a donc beaucoup à faire, notamment dans les pays voisins. La stratégie est de s'appuyer sur les logiciels de gestion de stock VO de L'argus et son expertise dans la cotation des véhicules pour se développer dans le futur