

## Icare présente sa nouvelle identité visuelle et ses perspectives de développement



# 1. Introduction



Depuis 33 ans, Icare s'est imposé comme référent sur le marché de l'automobile.

Dans cet environnement en évolution permanente, l'entreprise a pris le parti d'adapter en continu sa stratégie pour répondre aux attentes de la profession.

Historiquement, Icare s'est développé sur la commercialisation des contrats d'entretien, puis en garantie des pannes mécaniques dans le cadre des labels constructeurs, des financements automobiles et sous sa marque propre.

Chaque jour, plus de 140 femmes et hommes contribuent, au sein d'Icare, à la réussite des programmes élaborés sur-mesure avec nos partenaires, constructeurs, financiers, assureurs, au bénéfice des réseaux de distribution automobile et de leur clientèle.

La stratégie de l'entreprise tient en 4 missions essentielles :

- **l'accompagnement dans la construction d'offres sur-mesure**
- **l'organisation opérationnelle la plus efficiente au service du développement et de la réussite des programmes, construite en mode collaboratif avec nos partenaires**
- **l'amélioration continue de la qualité de service et de la satisfaction de toutes les parties prenantes**
- **la simplification des parcours clients et distributeurs grâce au multicanal dont les réflexions nourrissent nos innovations chaque jour**

Pascal Briodin

## 2. Présentation de la société Icare

### Acteur référent

Partenaire de **17 grandes marques automobiles**, **12 établissements financiers** et **6 assureurs**, ainsi que de nombreux groupes de distribution automobile, Icare fait avancer le marché de la garantie et des services en France.

Créé en 1983, filiale de BNP Paribas Cardif depuis fin 2014, Icare a réalisé en 2015 un **chiffre d'affaires de 85,9 millions d'euros** toutes assurances et prestations de services incluses.



#### Structure juridique

##### 2 entités :

- Icare SA (holding et société de service)
- Icare Assurance

**Actionnariat** : 100% BNP Paribas Cardif  
(acquisition le 9/12/2014)

#### Indicateurs-clés

##### Financiers

**85,9 MEUR CA 2015 (+ 4,5%)**

##### Activité

140 000 factures atelier payées  
400 000 contrats souscrits  
207 000 interventions gérées  
377 000 appels traités en plateforme

#### Chaîne de valeur

Icare contrôle entièrement la chaîne de valeur de la garantie panne mécanique et de l'entretien et a développé son propre système de gestion (Eurica)

### 3. Icare proche du marché et du terrain

Avec **207 000 dossiers techniques gérés** et **140 000 factures atelier payées** sur l'année 2015, Icare confirme sa position de leader du marché de la garantie.

Pour servir et aider les professionnels de l'automobile, Icare élabore depuis 5 ans un indice du prix de la main-d'œuvre (I2RA\*) qui s'appuie sur ses propres bases statistiques annuelles, réalisées par sa plateforme technique du Mans.

Cet indice, en **hausse continue depuis 2010**, traduit l'augmentation du coût de la main-d'œuvre relatif aux réparations mécaniques. En 2015, **l'indice I2RA s'établit à 118,38** et le tarif horaire constaté de la main-d'œuvre affiche un prix moyen de 78,12 € TTC. Ce chiffre est en progression de 18,4% par rapport à 2010, le tarif horaire était alors de 65,90 € TTC.

Il semble cependant que **l'année 2015 marque une stabilisation** avec une croissance de 1 point de l'indice I2RA par rapport à l'année 2014.

Entre 2014 et 2015, le **prix moyen des réparations mécaniques (pièces et main-d'œuvre) a relativement marqué le pas** avec une progression de 1,6% en passant de 517 € à 524 €.

L'indice INSEE N°658414 du CA de l'entretien et de la réparation automobile\*\* affiche la même stabilité (+1,5%).

\* *Indice Icare de la Réparation Automobile*

\*\* *L'indice INSEE N°658414 de la réparation automobile clôture à 102,4 en décembre 2015, contre 100,9 en décembre 2014.*

L'engagement de ses collaborateurs naît des 6 valeurs inhérentes à l'entreprise, reconnues par les professionnels de l'automobile. (étude WSA – décembre 2014)

Proximité terrain



Souplesse



Professionalisme



Rigueur



Compétence



Fiabilité



**WSA**  
Le Quali-Créa

**Valeurs perçues par nos clients**

Source : entretiens réalisés en décembre 2014 auprès de 30 partenaires distributeurs/constructeurs/financiers

## 4. La valorisation du marché de la garantie en France

### Le marché des garanties et contrats d'entretien à 1,064 Md€

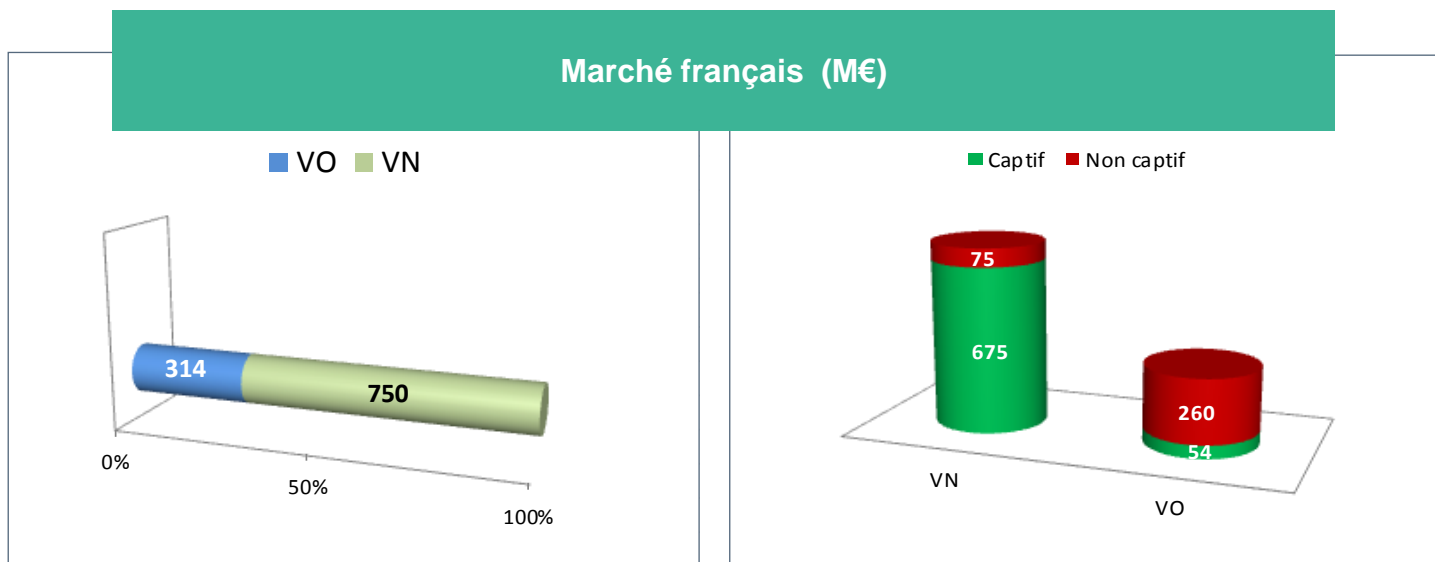
Icare est un acteur majeur sur le marché des garanties et du contrat d'entretien, marché qu'il adresse depuis 1983. Se basant sur ses estimations (\*), Icare évalue donc le marché de la garantie et du contrat d'entretien automobile à 1,64 milliard d'euros. Cette estimation se base sur les volumes de ventes des extensions de garantie sur les véhicules neufs, la pénétration des garanties des professionnels du véhicule d'occasion et la vente des contrats d'entretien VN et VO.

Une valeur de marché qui doit être relativisée. En effet, toujours selon ses estimations, l'assureur estime qu'il existe deux types de marché : le **marché dit captif**, car il est internalisé par les constructeurs et leurs captives de financement, et le **marché dit non captif**, accessible aux acteurs indépendants des constructeurs.

Ce dernier représente environ **335 millions d'euros** et est adressé par l'ensemble des acteurs de la profession, parmi lesquels Icare représente une part de marché d'environ 25 %.



Estimation du marché non captif :  
**335 M€ (31%)**



(\*) Base d'estimation de la pénétration des produits :

- 2,2 M d'immatriculations VN, et 1,9 M de VO vendus par les professionnels.
- VN : Extension de Garantie : 20% - Entretien : 15%
- VO : Garantie VO : 100% - Extension de garantie : 13% et Contrat d'entretien : 1%

# 5. Icare, au plus près des tendances du marché pour innover

## De nouveaux segments de consommation.

L'analyse des immatriculations VN et VO en France (\*) montre que certains segments de véhicules progressent plus vite que la moyenne du marché.

Rappelons que les immatriculations VN ont progressé en 2015 de 6,8% et les immatriculations VO de 2%.

C'est ainsi le cas du segment des **véhicules Premium** dont les Immatriculations ont augmenté de 9% en VN et 6% en VO avec respectivement une part de marché de 13% en VN et 20% en VO.

C'est aussi le cas des **véhicules aux énergies électriques et hybrides**. Sensibilisés par les aspects environnementaux, certains consommateurs se tournent effectivement vers ces nouvelles énergies. Même si elles ne représentent que 4% des immatriculations VN, soit 1 point de plus qu'en 2014, le volume des immatriculations a progressé de 48%.

Enfin, avec 67% de représentation des ventes VO et une croissance de 3,9% **le segment des VO de plus de 5 ans** poursuit sa nette progression.

## La notion d'usage se développe.

Le consommateur VN semble moins se soucier d'être propriétaire de son véhicule. Pour preuve, selon le cabinet « Alix Partners », l'auto-partage devrait atteindre d'ici 2020 8 millions d'utilisateurs et une flotte comprise entre 130 000 et 200 000 véhicules. Cette notion de l'usage se confirme également par le mode de financement VN où la part de la LOA à particulier atteint maintenant les deux tiers des financements VN.

## Le développement du multicanal modifie les parcours et le comportement d'achat automobile.

Le parcours d'achat automobile est dorénavant omnicanal et les acteurs de la distribution automobile doivent adapter leur stratégie de vente. Equipé de plus en plus d'outils connectés, actif sur les réseaux sociaux pour échanger sur son expérience utilisateur, le « consommateur » est à la fois en magasin et sur son Smartphone. Son parcours inclut dorénavant une recherche en ligne au cours de laquelle 60% des décisions d'achat sont prises. Le nombre de passages dans les showrooms pour acheter un véhicule est ainsi passé en 10 ans de 5 visites à 1,5. Les distributeurs réagissent et s'équipent : web-vendeurs, plateformes de télévente intégrées ou sous-traitées, sites Internet, présence sur les réseaux sociaux... La transformation est bien en marche.

**La voiture connectée devient réalité.** Qu'elle soit nativement connectée ou par un ajout d'accessoires en après-vente, l'automobiliste va de plus en plus bénéficier des atouts de cette voiture du 21<sup>ème</sup> siècle.

**Les acteurs à la recherche de fidélisation... et de trafic.** Face à des consommateurs difficiles à capter, et à un marché de l'après-vente concurrentiel, les professionnels sont à la recherche de points de contact le long du cycle client et de solutions pour favoriser la rétention de leur clientèle, besoins auxquels Icare répond chaque jour.

(\*) Source : AAA-DATA



## 6. Icare innove dans la relation client

### La technologie au service de la performance

Il ne faut que 8 petites secondes en moyenne pour joindre la plateforme téléphonique d'Icare. Cette performance renouvelée pour chacun des 377 000 appels de professionnels et particuliers traités par les 50 technico-opérateurs et conseillers clientèle du Mans, s'appuie sur des moyens technologiques en constante évolution pour accroître la qualité de service.

En 2015, l'innovation a ainsi porté sur l'automatisation des demandes de prise en charge et sur la simplification du suivi des dossiers : la Lecture Automatisée des Documents (LAD) permet de reconnaître et de traiter 60% des factures reçues. Elle réduira encore leur temps de traitement qui se situe, en 2015, à 3,85 jours entre la réception et l'émission du règlement.

Pour la 17<sup>ème</sup> année consécutive, Icare a vu ses efforts constants sur l'amélioration de ses processus couronnés par le renouvellement de sa certification ISO 9001-2008.

#### MOBICAR

Faisant suite à ses enquêtes de satisfaction trimestrielles et à un *focus group* d'automobilistes, Icare a développé une application portant le nom de Mobicar®.

En effet, ces enquêtes et ces entretiens ont montré qu'un client sur deux déclare ne pas connaître suffisamment bien les garanties et services acquis lors de l'achat de son automobile.

Fort de ce constat, Icare a donc lancé sur 2 ans le projet de développer une application gratuite, téléchargeable sur les stores Apple et Android, permettant au client de bien appréhender le contenu de ses contrats.

Intuitive, l'application donne accès aux contenus de ses contrats personnalisés et à des vidéos explicatives sur la manière de mettre en œuvre les différents services inclus.



**Mobicar® se décline en marque blanche pour l'ensemble des partenaires d'Icare.**

## 7. Les axes de développement d'Icare

Icare accompagne les évolutions du secteur de l'automobile en adaptant sa stratégie autour de 6 points clés, en France comme à l'international.

Icare est le centre d'expertise de BNP Paribas Cardif en matière de Garantie Commerciale véhicules neufs et occasion, Extension de Garantie VN et VO et programme de maintenance pour l'auto, la moto et le monde du loisir (Camping Cars). A ce titre, la présence d'Icare est amenée à se développer dans les 36 pays où BNP Paribas Cardif est présent.

Icare déploie donc la totalité de sa chaîne de valeur à l'international :

- Application métier unique pour la gestion intégrée des contrats
- Expérience digitale pour les distributeurs et les clients finaux
- Reporting complet et paramétrable de type « Business Intelligence »
- Animation terrain





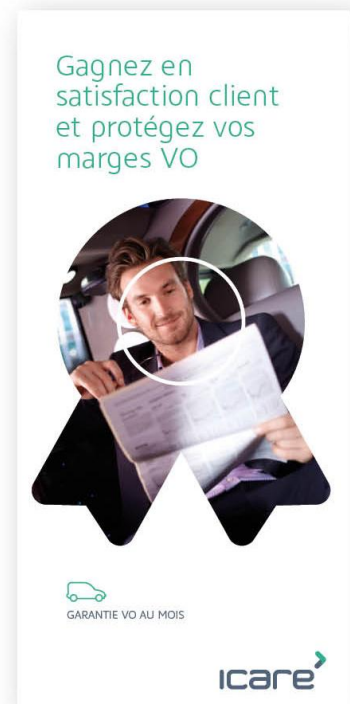
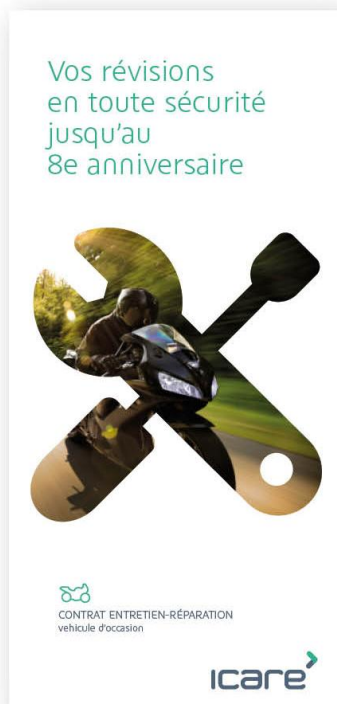
## 8. La nouvelle identité de marque d'Icare

Pour accompagner les changements de son environnement et mettre en œuvre ses nouvelles ambitions, Icare fait évoluer son identité de marque et réaffirme sa mission d'accompagner ses partenaires dans la co-conception d'offres sur-mesure :

**Nos solutions sur-mesure  
se bâtissent sur 4 piliers**

1. S'inscrire dans la stratégie du partenaire
2. Comprendre ses problématiques business
3. Personnaliser les produits et services
4. Co-construire avec le partenaire

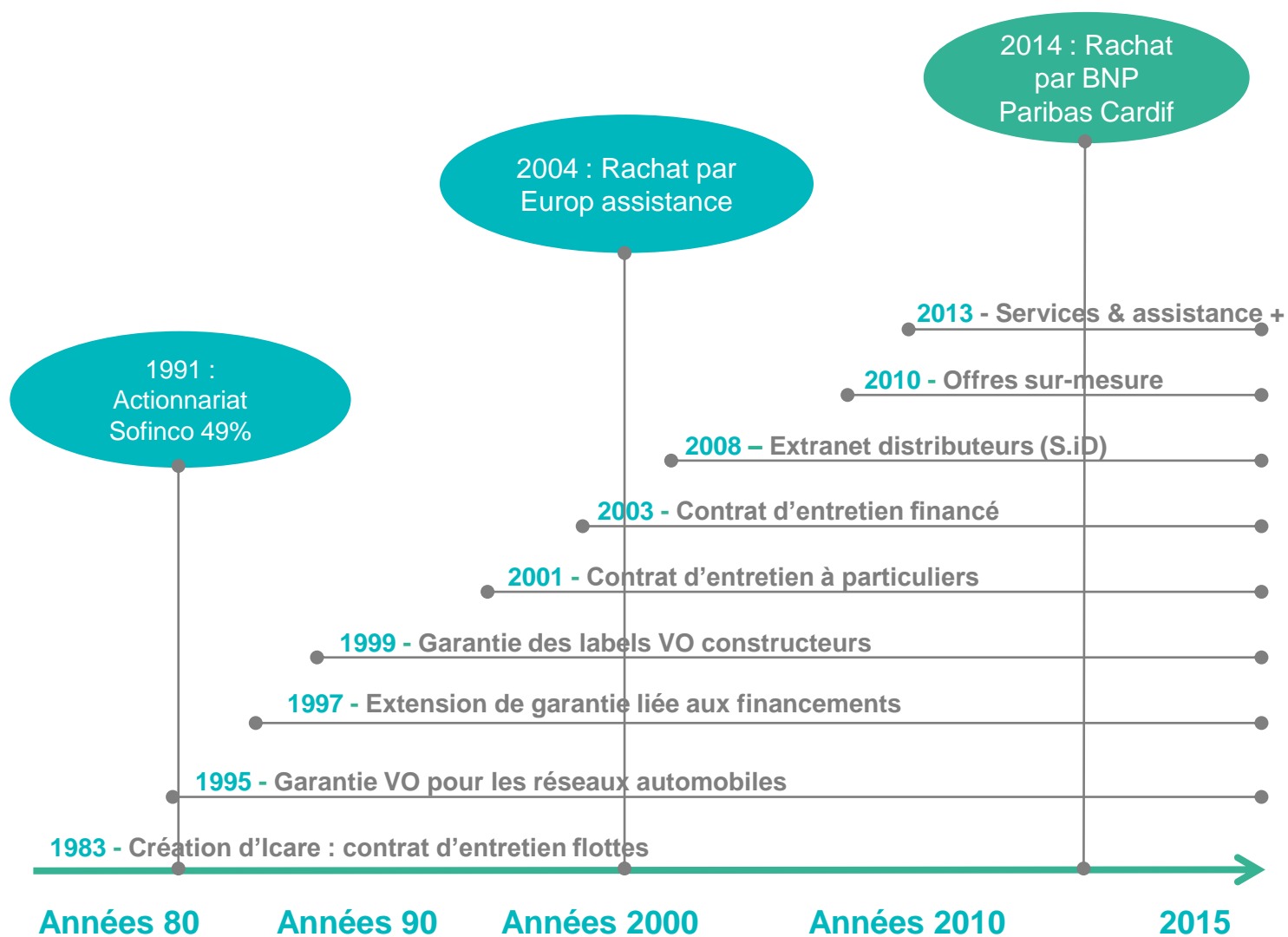
**Nouveau logotype, nouvelle identité visuelle :**



- Lettrage arrondi dans une forme unitaire carrée et isométrique, le logotype évoque le digital et l'agilité
- Dans les couleurs du lettrage, la flèche bicolore symbolise le lien étroit de la relation entre Icare, le distributeur, le partenaire et le client.

## 9. Annexes

### Historique des produits de l'entreprise



## Dates clés

- 1983** Création de la société Icare SA avec pour principal objectif de diffuser et gérer des contrats d'entretien et de réparation de véhicules auprès des flottes automobiles.
- 1984** La société est reprise par Alain CRUCHET qui la dirigera jusqu'en 2006.
- 1998** Certification Qualité ISO 9001 : 1994.
- 2002** Transfert de la plateforme technique au Mans (20 personnes).
- 2004** Icare rejoint le Groupe Europ Assistance.
- 2005** Le service Relation Clientèle rejoint la plateforme technique au Mans.
- 2008** Mise en place d'EURICA, l'applicatif métier intégré d'Icare.
- 2011** Nomination de Pascal BRIODIN en qualité de Directeur Général.
- 2013** Icare fête ses 30 ans et affiche de nouvelles ambitions.
- 2014** Acquisition par BNP Paribas Cardif.
- 2015** Renouvellement de la Certification ISO 9001 : 2008.
- 2016** Icare présente sa nouvelle identité visuelle...

[www.icare-service.com](http://www.icare-service.com)