

Réussir sur le marché de l'après-vente en 2030 dépendra de sa capacité à coopérer avec ses concurrents

UN NOUVEAU RAPPORT D'ETUDE D'ICDP

Dans son dernier rapport d'étude, ICDP – cabinet spécialisé dans la recherche et le conseil en distribution automobile - analyse les risques que devront éviter ainsi que les défis que devront relever les acteurs du marché de l'après-vente automobile au cours de la prochaine décennie. Ces futurs enjeux affecteront les différents acteurs et segments de marché de manière variée, mais au final, il ne devrait pas être économiquement viable pour un seul type d'acteur de rester leader sur son marché tout en repoussant les assauts de l'ensemble de ses concurrents. Il y aura au contraire des domaines où il sera plus judicieux pour des acteurs traditionnellement en concurrence de coopérer afin de continuer à proposer une offre en adéquation avec les besoins des clients. Bien qu'un tel concept soit difficile à concevoir dans un secteur de l'après-vente automobile où l'on parle davantage de gagnants et de perdants, d'équité et de droits, il n'est pas nouveau pour autant. Le terme «coopétition» a en effet été utilisé pour la première fois, il y a 25 ans, dans l'industrie informatique.



Le marché de l'après-vente en Europe va se contracter

Les quelque 300 millions de véhicules particuliers et de véhicules utilitaires légers circulant en Europe génèrent un marché de l'après-vente estimé à environ 195 milliards d'euros. Mais les évolutions attendues en matière de kilométrage annuel moyen, de recommandations d'entretien, de fiabilité mécanique, de taux d'accidentologie ainsi que l'émergence des motorisations alternatives vont contribuer à une réduction de la taille de ce marché à l'horizon 2030. Cette baisse est estimée à quelques points de pourcentage pour l'entretien et la réparation mécanique, mais à environ 20% pour la réparation-collision. Ces évolutions vont également entraîner des changements structurels chez les opérateurs, qu'ils soient réseaux constructeurs, réparateurs indépendants ou distributeurs de pièces. Dans un marché qui se contracte, la meilleure capacité des acteurs indépendants à s'adapter aux évolutions aura pour conséquence d'intensifier davantage la concurrence entre le canal constructeur et le canal indépendant.

Le décisionnaire en matière d'après-vente va changer de nature

Les besoins en réparation et entretien automobile vont changer, en raison de l'évolution des comportements clients en après-vente et de l'importance croissante des diverses formules de location à particulier au détriment de l'achat en pleine propriété. Les voitures acquises par les

particuliers via une formule de location (LOA ou LLD) incluent généralement un contrat de maintenance dont la gestion pour compte est assurée par la société de leasing. En conséquence, le décisionnaire en matière d'après-vente va être, de plus en plus souvent, un acheteur professionnel plutôt que le conducteur de la voiture lui-même. La proximité (ou praticité) va devenir dès lors un critère de sélection du réparateur encore plus important qu'aujourd'hui et les décisions relatives aux date, heure et lieu de l'intervention, ainsi que celles relatives à la qualité des pièces employées et au prix des travaux seront aux mains du loueur, avec l'inévitable pression sur les marges que cela engendrera pour les réparateurs.

La technologie va exiger de nouvelles compétences et des investissements

La technologie croissante embarquée dans les véhicules va entraîner des changements radicaux sur tous les segments de marché, allant de l'entretien mécanique, qui sera impacté par l'électrification du parc, à la réparation-collision qui sera mise sous pression par la généralisation des systèmes d'aide à la conduite et leur cohorte de capteurs, senseurs et autres caméras.

Les véhicules connectés laissent percevoir – quant à eux - de nouvelles opportunités de business, ce bien que la plupart des initiatives lancées jusqu'à présent se soient avérées peu convaincantes en matière de retour sur investissement. Cependant, la connectivité sous-tend – en particulier - un besoin crucial de plus de compétences dans le domaine numérique, qui s'imposera chez tous les acteurs et à tous les niveaux.

La réglementation va voir son impact accru

Depuis 35 ans, le marché de l'après-vente est soumis un champ réglementaire de plus en plus fourni. Cependant, il semble évident qu'à l'avenir et dans l'esprit du législateur, il s'opérera un changement qui propulsera les problématiques liées aux émissions polluantes au premier plan, devançant même celles liées au respect de la concurrence.

Le respect de la confidentialité des données deviendra aussi un axe de réflexion primordial qui régira la façon dont les clients pourront être sollicités et la manière dont les processus d'accès aux données seront gérés.

La connectivité du véhicule permettant de contrôler, tout au long de son cycle de vie, ses conditions d'utilisation, le respect de son plan d'entretien ou bien la qualité de ses réparations fera émerger de nouvelles responsabilités qui pèseront sur l'ensemble des acteurs.

La distribution des pièces de rechange va se rationaliser davantage

La distribution de pièces, qui subit déjà une phase de concentration, devra également s'adapter aux évolutions du marché. La clé résidera certainement dans sa capacité à améliorer sa logistique en y intégrant une digitalisation croissante des processus de commande et en prenant en compte la variété des comportements d'achat des réparateurs, aux profils de plus en plus nombreux. En effet, la frontière qui existait entre canaux constructeurs et indépendants en matière de distribution de pièces s'estompe, et ce processus continuera en raison des investissements des constructeurs et des groupes de concessions dans la distribution indépendante d'une part, et de la volonté des distributeurs indépendants de distribuer davantage de pièces d'origine d'autre part.

Les réparateurs vont devoir se spécialiser afin de réduire leurs besoins en investissement

Quel que soit leur profil, les réparateurs devront prendre des décisions complexes concernant leur structure et leur portefeuille d'activités. En effet, leurs revenus seront mis sous pression par le déclin attendu du marché ainsi que par les changements de comportement de leurs clients. Dans le même temps, ils devront réaliser les investissements nécessaires pour développer de nouvelles compétences, acheter de nouveaux équipements et adapter leurs installations existantes. Il sera, dans ce contexte, de plus en plus difficile d'être un réparateur «toutes marques», que ce soit pour l'entretien-réparation mécanique ou pour la réparation-collision. Cette difficulté croissante entraînera à son tour une réduction de l'écart existant entre les capacités et le cœur de métier d'un concessionnaire ou d'un réparateur agréé d'une part et ceux d'un réparateur indépendant qui se spécialiserait sur une marque d'autre part.

« Coopétition » va devenir un mot-clé à l'avenir

Dans ce contexte, nous anticipons donc le fait que le marché de l'après-vente va devoir intégrer un nouveau paradigme, celui de la «coopétition», dans lequel un plus petit nombre de réparateurs, de distributeurs et de prestataires de services seront à la fois en concurrence et coopéreront afin de répondre aux besoins de leurs clients, tout en préservant la pérennité de leurs affaires. Alors que certains acteurs continueront à avoir plus d'influence que d'autres dans ce marché, tous peuvent et doivent mettre en œuvre – dès à présent – des actions qui définiront la marche à suivre et assureront à terme une meilleure performance des entreprises tout en préparant ces dernières aux changements auxquels elles seront confrontées à l'avenir. L'ensemble des actions à mener par les différents acteurs sont analysées dans le rapport produit par ICDP.

Informations complémentaires sur le rapport ICDP

Le rapport a été publié par ICDP fin mars 2020. Il est en anglais et compte 54 pages au total. Pour information, une copie PDF est jointe à ce communiqué. Nous vous adressons également trois graphiques haute résolution extraits du rapport et qui pourront vous permettre d'illustrer votre article si besoin.

Dans l'éventualité où vous décideriez de publier communiqué relatif à ce rapport sur « L'après-vente de demain », nous vous remercions de préciser à vos lecteurs que celui-ci est disponible gratuitement et sur simple demande à l'adresse projectoffice@icdp.net. Il leur suffira de fournir leurs coordonnées afin qu'une copie du rapport leur soit envoyée par retour de mail.

Un webinaire "Aftermarket of Tomorrow" sera organisé le 12 mai 2020

ICDP organise un webinaire le 12 mai prochain, afin de présenter plus en détail ce document. La durée prévue pour ce webinaire est d'une heure, il débutera à 11.00 (heure de Paris) et se terminera par une session de questions / réponses.

Ce webinaire est libre d'accès, pour réserver votre place, il suffit simplement d'en faire la demande par mail à l'adresse projectoffice@icdp.net.

A propos d'ICDP – www.icdp.net

ICDP est une organisation internationale d'étude et d'analyse stratégique spécialisée sur le commerce et l'après-vente automobile. Forte d'une équipe dédiée de chercheurs et d'experts à travers l'Europe et de partenaires reconnus autour du globe, ICDP est considérée comme un leader d'opinion dans son domaine, bénéficiant d'une expertise avérée dans la fourniture d'informations et de données, d'analyses ainsi que dans l'aide à la mise en œuvre de solutions auprès des acteurs du secteur.

Personne à contacter

Pour de plus amples informations sur ICDP, n'hésitez pas à contacter Jane Trace, Directrice des Opérations, à : janetrace@icdp.net