

## **GiPA lance son programme PAD en Iran**

Depuis la levée des sanctions, après l'accord conclu sur le programme nucléaire de Téhéran, à Vienne, le 14 juillet 2015, de nombreux acteurs de l'industrie automobile considèrent l'Iran comme un pays à fort potentiel de croissance pour le secteur automobile.

Les caractéristiques de l'Iran sont pour le moins attrayantes. Le pays compte plus de 80 millions d'habitants (dont 65% sont âgés de 20 ans ou plus), son parc de véhicules de tourisme est estimé à 12 millions et sa production locale, en 2015, avoisine les 900 000 véhicules.

Le marché iranien attire logiquement la convoitise de l'industrie automobile étrangère. Les constructeurs et les équipementiers, les pétroliers et les manufacturiers souhaitent venir jouer un rôle dans ce pays qui souhaite devenir une puissance régionale et internationale de premier plan.

Néanmoins l'Iran est un pays encore peu connu des principaux acteurs de l'après-vente automobile, son ouverture est très récente et les données marché sont quasi inexistantes.

### **Pour répondre à ce besoin, GiPA lance, dès 2016, en Iran, son programme Panorama Aftersales Data (PAD).**

PAD comprend une étude quantitative auprès des conducteurs iraniens, réalisée selon la méthode des quotas représentatifs de la population des conducteurs. Celle-ci permettra de connaître, entre autres :

- la structure du parc VP iraniens,
- l'usage de la voiture,
- les comportements en matière d'entretien,
- les attentes,
- les modes de réparation (do-it-yourself, buy & fit, do-it-for-me),
- les motifs d'entrée en atelier,
- les parts de marché des circuits de réparation,
- la satisfaction des conducteurs,
- ...

Une seconde étude quantitative sera réalisée auprès des différents circuits de réparateurs et de vente de pièces :

- caractéristique des réparateurs et vendeurs par circuit,
- organisation,
- attentes en matière de formation et d'équipements,
- critères de choix des pièces,
- sélection de(s) fournisseur(s) de pièces,
- perspective d'évolution,
- actions commerciales mises en place pour attirer et fidéliser les clients,
- ...

La combinaison de ces deux études permettra de connaître :

- le potentiel des principaux marchés produits (principales pièces de grandes ventes, pièces techniques, pneumatiques, lubrifiant...),
- la part de marché des circuits,
- la part de marché selon l'âge du véhicule,
- les flux de distribution des produits (route to market),
- ...

Les résultats de l'étude complète seront disponibles au second semestre.

