

Garages AD / Autoprimo : des réseaux en ordre de marche

mardi, 13 avril 2021

Tout à son plan Préférence 2022, Autodistribution et ses réseaux mécaniques entendent rebondir après le délicat exercice 2020. Marché B2B, diversification, relance de l'enseigne Autoprimo... tous les fers sont au feu pour une année 2021 synonyme de reconquête.



Poursuivant son grand objectif Préférence 2022 détaillé lors du congrès de Malte en 2018, et malgré une année 2020 atypique, Autodistribution n'a pas relâché l'accélérateur concernant ses réseaux de réparation mécanique. Tandis qu'Autoprimo s'offre une nouvelle jeunesse – et fête cette année ses 20 ans – les adhérents AD Mécanique (Garage AD et AD Expert) se voient mettre à leur disposition toujours plus d'outils pour aller chercher du business additionnel...

Autoprimo se relance

Longtemps resté dans l'ombre de son grand frère, le second réseau d'entretien-réparation mécanique d'Autodistribution a vu l'année 2020 comme celle de [son renouveau](#) : cahier des charges refondu, repositionnement, nouvelle charte graphique, plan de communication musclé (sponsor de l'émission Turbo sur M6 depuis mars dernier et désormais sponsor de Sport 6)...

« L'année dernière, nous avons visité individuellement 80 % de nos adhérents pour le repositionnement de l'enseigne, explique Eddy Albert, responsable national des réseaux mécanique VL d'Autodistribution. La nouvelle dynamique a très bien été perçue. In fine, 90 % d'entre-eux ont adopté la nouvelle formule. » Et sur les 10 % restant, moins de 3 % ont décidé de tomber le panneau. Les autres ont soit gravi une marche supplémentaire pour passer Garage AD, soit malheureusement subi la crise sanitaire et économique...

Si une légère érosion du maillage du réseau a donc eu lieu en 2020, elle ne devrait être que temporaire : *« Autodistribution va lancer une vaste campagne de recrutement en milieu d'année, poursuit Eddy*

Albert, *ce qui en termes de maillage, devrait nous permettre de dépasser le nouveau slogan d'Autoprime : 1 000 artisans garagistes.* »

Côté animation, le réseau fête cette année ses 20 printemps : depuis début avril promotions et jeux concours viennent animer les points de vente de l'enseigne.

Positionnement B2B (ré)affirmé...

Autre actualité forte chez Autodistribution : sa stratégie de conquête du marché B2B. A cet égard, le groupement a frappé un grand coup en nouant l'année dernière un accord cadre national pour l'entretien-réparation mécanique de la flotte de véhicules du loueur Arval. Une première pour ce type d'acteurs du marché qui, jusque là, ne faisaient entretenir leur parc (hors pneus) qu'au travers des réseaux de marque...

Et pour 2021, les garages AD Mécanique vont pouvoir mettre en avant un nouveau service à destination des clients professionnels : AD Connect. « *Cette solution de maintenance prédictive conçue en partenariat avec Optimum Automotive (géolocalisation, remontée des informations essentielles comme le kilométrage voire, les codes défaut apparaissant sur le véhicule) s'adresse à tous type des flottes, grande ou petite, et concerne tout aussi bien les véhicules particuliers que les utilitaires jusqu'à 3,5t.* », précise le responsable national des réseaux mécanique VL.

Avec lui, le groupement entend toucher une population particulièrement large de professionnels, TPE/PME, artisans, professions libérales... des conducteurs qui utilisent leur véhicule de manière intensive sans trop souvent se soucier de son entretien.

... et diversification à marche forcée

Si 2020 a forcément ralenti certaines mises en chantier, les réseaux ont attaqué 2021 avec la ferme intention de rattraper le temps perdu. Notamment en matière de diversification dans les ateliers afin de doper les ventes additionnelles. Tel est le cas de l'éco-entretien qui doit monter en puissance au sein des AD Mécanique.

Autodistribution étant en effet membre de l'association éponyme, le groupement n'entend pas laisser le marché aux seuls centres auto, particulièrement en pointe sur ce thème, « *alors que nos adhérents ont toute la légitimité pour diagnostiquer les déviations d'un moteur en matière d'émission et intervenir soit préventivement avant un contrôle technique par exemple, soit curativement après une contre-visite* », explique Yannick Savina, directeur marketing.

Outre l'éco-entretien, le groupement de distribution sensibilise aussi les réparateurs à l'entretien des boîtes de vitesse automatiques, à la conversion des véhicules au bioéthanol, à la formation au recalibrage des ADAS, tout comme à la technologie du Pass Thru, reprogrammation et télécodage devenant de plus en plus fréquent dans les ateliers. Dernière diversification : investir le marché du bris de glace au travers de l'enseigne Glass Auto Service...



© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite