

## Bris de glace

Environ 12 % des véhicules de flottes sont touchés par un bris de glace chaque année. Assuré ou non contre ce dommage, il faut trouver le bon prestataire qui saura changer rapidement une glace latérale ou réparer un pare-brise. Face aux constructeurs ou aux garagistes indépendants, des réseaux de spécialistes du vitrage sont apparus. Qui sont-ils, que font-ils et comment peuvent-ils répondre aux besoins des flottes ?

# Néo-spécialistes du vitrage : quels atouts pour les flottes ?

Le paysage de la réparation automobile n'a pas toujours été peuplé comme aujourd'hui, de spécialistes du vitrage organisés en réseaux. Et lorsqu'on dit « spécialiste », c'est fort à propos. En effet, les quatre principales enseignes françaises identifiées comme telles, ne font rien d'autre que des remplacements et des réparations de pare-brises ou d'optiques de phares, des changements de glaces latérales, de lunettes arrière, un peu de pose de toits ouvrants et bien sûr, du marquage antiviol, prestation incontournable lorsqu'on remplace des vitres (1).

Or, c'est justement parce qu'hier, dans les années 80, il n'y avait pas selon Carglass, de vrai réseau spécialiste, qu'ils ont pris l'initiative de se positionner sur le marché du vitrage, lequel n'est pas des moindres. Environ 9 % des véhicules en France connaissent un bris de glace chaque année et cette fréquence « atteint 12 % dès qu'il s'agit de flottes comptant plus de cinquante véhicules », affirme Patrice Crosnier, directeur commercial et marketing de Carglass. Ils roulent plus que les voitures particulières et sont donc plus exposés.

Carglass est justement la première enseigne à avoir durablement pris pied sur ce marché. Lorsqu'elle arrive en France en 1986, seul le réseau Assur Pose (une soixantaine de centres) lui fait face. Jusqu'au jour où, en 1992, elle décide d'en faire l'acquisition... Observant Carglass prendre une place prépondérante, des spécialistes indépendants du vitrage

réagissent, veulent aussi se structurer, mettre en place stratégie homogène et nationale, etc.

### Les concurrents de Carglass

Ainsi naissent en 1993, les réseaux A+Glass et France Pare-Brise. Puis, en 1999, c'est au tour de Mondial Pare-Brise de faire son apparition, réseau lancé par Jean-Marie Mayer, jusqu'alors directeur du développement chez... Carglass. « Si j'ai pris cette initiative, explique-t-il, ce n'est pas avec l'objectif de faire du tort au leader. Mais parce que l'opportunité existait pour un autre compétiteur, de faire jouer sainement la concurrence sur le segment des spécialistes du vitrage. »

Voilà donc Carglass, moins seul dans l'arène à galoper pour prendre des parts de marché aux « non spécialistes » : concessionnaires, MRA ou carrossiers, proposant comme chacun sait, d'autres prestations que le vitrage. Au bout du compte, les « banderilles » de ces « mono-spécialistes » ont fait perdre des points à la « réparation traditionnelle », qui ne détient plus « que » 60 % du marché en valeur, la part des réseaux constructeurs étant à peu près équivalente à celle des réparateurs indépendants. Et en volume cette fois, selon Patrice Crosnier de Carglass, les « mono-spécialistes » posséderaient 50 % du marché du vitrage. Une différence qui s'expliquerait par les tarifs plus élevés du segment « traditionnelle ».

Quoiqu'il en soit, les réseaux spécialisés ont bien fait une percée ful-



Carglass, implantée en France depuis 1986, est la première enseigne à avoir durablement pris pied sur le marché du vitrage automobile.

gurante... Et Carglass, le premier à décoller, demeure le leader incontesté parmi les 4 principales enseignes du segment, avec une part de marché en valeur qui tournerait autour de 75 %. Les trois autres se partageraient les 25 % restants (2). Le point sur les concepts et les atouts de ces spécialistes, qui souhaitent convaincre les flottes et les séduisent déjà...

### Carglass : une couverture nationale et au-delà...

Présent dans plus de vingt pays avec 900 centres, 8 000 employés et 3 000 voitures ateliers, le réseau Carglass est implanté en France dans toutes les grandes agglomérations. En effet, 195 centres couvrent la quasi-totalité du territoire et sont épaulés par 400 véhicules de pose mobile réalisant 40 % des prestations de l'enseigne. « A l'heure actuelle, il n'est plus guère nécessaire de développer l'effectif du réseau tel qu'on le connaît, déclare Patrice Crosnier, directeur commercial et marketing de Carglass. Car il répond à l'essentiel des besoins ».

Néanmoins, Carglass souhaite pousser un peu plus ses pions en zone rurale et pour cela, développe depuis deux ans un concept de petits centres à effectif réduit (deux salariés, tandis

que les ateliers « classiques » peuvent en compter jusqu'à quinze). Une dizaine ont déjà ouvert à Dax, Manosque, Aubenas, etc., et l'enseigne s'apprête à en inaugurer une cinquantaine de plus dans les cinq ans à venir. Petits ou grands, les centres Carglass sont tous succursales de l'enseigne. Une forme de développement, qui, selon Patrice Crosnier, « assure un contrôle parfait du réseau en terme de qualité, une application homogène du concept, de la politique commerciale et tarifaire ».

Pour répondre le plus rapidement possible à la demande, chaque atelier stocke le « Top 200 » des vitres de remplacement, qui permet de couvrir 85 % des besoins du parc roulant. « Il nous faut environ trente minutes pour réparer un impact sur un pare-brise et en moyenne, deux heures pour le remplacer intégralement, explique Patrice Crosnier. Vu ces courts délais, il n'est pas nécessaire de mettre à disposition de la clientèle des véhicules de prêts. Et lorsqu'une pièce est indisponible dans un centre, elle peut, en cas d'urgence, y être livrée sous deux heures par l'une de nos deux plates-formes centrales de stockage (Saint-Ouen-l'Aumône en région parisienne et Nîmes

## Les flottes peu assurées bris de glace

« Le bris de glace étant un sinistre fréquent, beaucoup de flottes ne s'assurent pas contre ce dommage, explique Xavier Regembal, directeur commercial de France Pare-Brise. Afin d'éviter de mauvaises notations de la part des compagnies d'assurances, elles préfèrent souvent prendre les frais en charge elles-mêmes. » Un avis que partage Patrice Crosnier, directeur commercial et marketing de Carglass, estimant, quant à lui, que la moitié des flottes importantes ne couvrent pas le risque bris de glace. Aussi, pour faciliter la vie des collaborateurs, ceux-ci ne déboursent rien chez Carglass lorsque leur entreprise n'est pas assurée et qu'un accord a été conclu entre elle et l'enseigne. En effet, cette dernière comme d'autres, peut appliquer une procédure de paiement différé.

dans le Gard) ou par l'un de nos sept autres stocks régionaux ».

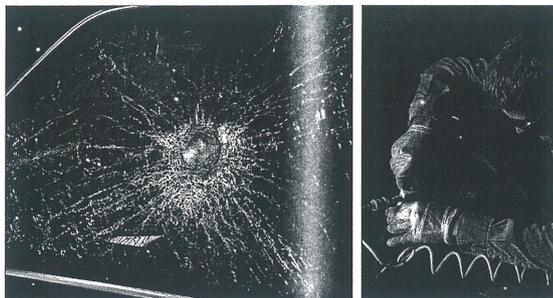
Selon une enquête IPSOS citée par Patrice Crosnier, Carglass honore à 94 % les délais de rendez-vous. Un critère important pour l'enseigne et pour ses salariés, puisqu'il détermine parmi d'autres, leur rémunération variable... Outre les interventions en atelier, les véhicules de pose mobile attachés aux centres (deux en moyenne pour chacun) se déplacent dans un rayon de 40 à 45 minutes autour de ceux-ci. Les prix ou les prestations sur site sont les mêmes que sous les baies et celles-ci demeurent garanties à vie. Autrement dit, précise Patrice Crosnier, « si une réparation d'impact ne tient pas ou si nous nous apercevons en l'effectuant, qu'elle n'est finalement pas réalisable, le remplacement intégral du pare-brise est offert ».

Des prestations que paraissent apprécier les particuliers, mais aussi les flottes, puisque l'enseigne affirme détenir 48 % du marché qu'elles représentent. En outre, la satisfaction clientèle est semblable à celle au rendez-vous : selon la même enquête IPSOS, 99 % des clients recommanderaient Carglass à un tiers, 59 % trouvent ses prestations excellentes et 36 % seulement... bonnes. Enfin, pour les bus et poids lourds, une division spéciale a été créée : à partir des sept plateformes de stockage régionales, des véhicules de pose mobile rayonnent pour répondre à leurs besoins.

### A+ Glass : bientôt 300 centres ?

Première enseigne avec France Pare-Brise, à s'être levée pour concurrencer Carglass, le réseau A+ Glass est aujourd'hui en France le plus important en nombre de centres. Il en compte 204, recrutés en un peu plus de dix ans et tous franchisés. Selon Pierre Perez, PDG de l'enseigne, ce type de développement est le plus adapté pour permettre une certaine directivité, garante de la cohérence du réseau, mais aussi d'un bon niveau de qualité et de la traçabilité des interventions. Parallèlement, il favorise la composition d'un maillage reposant sur des chefs d'entreprises.

Pour atteindre un effectif assurant une implantation dans toutes les régions françaises, l'enseigne a toutefois dû autoriser les deux tiers de ses membres, à exercer une autre activité en parallèle du vitrage automobile (comme la carrosserie ou la mécanique). Ce consensus, estime Pierre Perez, « présente l'avantage de



pouvoir nommer des franchisés dans des zones assez reculées, où ils ne seraient pas rentables s'ils ne faisaient que du vitrage ». Pour parachever son œuvre, A+Glass compte encore ouvrir une petite centaine de centres, notamment dans les villes de préfectures et

sous-préfectures. L'enseigne poursuit effectivement son chemin : d'octobre 2003 à octobre 2004, 39 nouvelles recrues sont venues grossir ses rangs. Ce tissu d'entreprises à taille humaine est pour Pierre Perez, l'un des principaux atouts de l'enseigne. « Elles

offrent le même service partout, un niveau technique identique, garanti par des formations et des informations sur les nouvelles évolutions technologiques que nous leur communiquons sans cesse ».

### Sélectionner les meilleurs

En outre, les franchisés recrutés sont, soit des réparateurs ou des carrossiers déjà expérimentés en matière de vitrage, soit de jeunes employés du secteur, qui désirent créer leur entreprise. Dans le premier cas, A+Glass ne cache pas que, s'il s'agit de carrossiers et pour sélectionner les meilleurs, l'enseigne tente de recueillir des renseignements sur leur compte par le biais des compagnies d'assurances. Autre point fort : la rapidité du service : « dans 80 % des cas, consta-

## Harmonisation

Après avoir libéralisé le marché des pièces de rechange mécaniques, la Commission européenne s'attaque à celui de la carrosserie.

# Vitrage et carrosserie moins chers grâce à l'UE ?

Pourquoi dans certains pays d'Europe, les pièces de carrosserie coûtent-elles moins chères que dans d'autres ? Tout simplement parce que, selon la Commission européenne, leur fabrication et leur distribution, ne sont pas le monopole des constructeurs automobiles et de leurs équipementiers...

Au sein de l'Union européenne, la directive 98/71 sur les dessins ou modèles, laisse le choix aux Etats membres de décider s'ils veulent ou non libéraliser ce marché chez eux. Une moitié d'entre eux (Royaume Unis, Espagne etc.) laisse libre cours à la concurrence et l'autre moitié (France, Allemagne, etc.) fait l'inverse.

Or, à la mi septembre, la Commission européenne a adopté une proposition, qui, s'il elle est entérinée par le Parlement, puis le Conseil européen, modifiera la directive 98/71 déjà citée, en enlevant aux Etats membres le choix de protéger les « pièces de rechange visibles telles que les capots, portières, pare-chocs, phares, pare-brises, etc. », en bref : toutes les



René Cédât, président du Groupement des concessionnaires Renault.

pièces de carrosserie. Pour Patrice Mihaïlov, avocat spécialiste du secteur de la distribution automobile, cette proposition de la Commission européenne poursuit deux objectifs. D'abord, celui de contribuer à l'émergence du marché unique en permettant aux fabricants de commercialiser leurs pièces au sein des pays qui n'ont pas encore libéralisé. Et ensuite, de faire baisser les prix. La Commission estime en effet, que les pièces visibles « sont de 6 % à 10 % plus chères dans les Etats membres où elles font l'objet d'une protection ». Toutefois, ces changements réglementaires ne devraient pas trop concerner le marché du vitrage. En effet, il est exceptionnel que les constructeurs acquièrent les modèles de telles

pièces. Pare-brises, lunettes, etc., sont vraisemblablement et déjà, presque toujours vendus en direct par les fabricants. Pour le reste, qui constitue avec le vitrage un marché de 10 milliards d'euros en Europe, la donne va-t-elle réellement changer ? « Il est probable que les constructeurs baissent d'eux-mêmes leurs prix, avant qu'une concurrence s'installe et risque d'entamer leurs parts de marché, pense Maître Patrice Mihaïlov. Mais, il n'est pas sûr que leurs équipementiers prennent le risque de les contraindre en vendant en direct... Et encore moins certain que les réparateurs agréés osent s'approvisionner ailleurs qu'auprès de leurs marques. »

Cela dit, pour René Cédât, président du Groupement des concessionnaires Renault, cette proposition de la Commission pose avant tout un problème en termes de sécurité : « n'importe quel fabricant pourra copier les pièces de carrosserie, qui jouent un rôle dans la résistance et la solidité des véhicules. Pour moi, c'est surtout là qu'il y a danger. »

E.C