



Remise du premier exemplaire de l'ouvrage 'Garageconcept Top-25 België' par Clem Dickmann, directeur d'Aumacon, à Didier Perwez, président de TRAXIO.

PRÉSENTATION DU CONCEPT DE GARAGE TOP 25 BELGIQUE

“Le succès repose dans la **conjonction du meilleur de deux mondes**”

Non pas que le marché belge soit comparable au néerlandais mais les concepts de garage ont clairement le vent en poupe aussi chez nous. Dans une telle mesure qu'Aumacon publie pour la première fois chez nous la revue annuelle qu'elle édite chez nos voisins du nord. Une seule adresse pour un instantané des concepts mais aussi un regard sur les tendances attendues.

Michaël Vandamme

Le Dealergroep Top 50 België (Top 50 des Concessionnaires en Belgique), publié par Aumacon, est bien implanté. Mais la nouveauté est un aperçu des différents concepts proposés sur le marché belge. “Aux Pays-Bas, nous menons cette étude des concepts de garage depuis 13 ans”, explique Clem Dickmann, directeur et fondateur d'Aumacon. “Aujourd'hui, nous avons passé le marché belge sous la loupe pour la première fois. Un vieux souhait désormais exaucé. Dans le secteur, les développements dans le domaine de la télématique, des données techniques et de l'électrification sont très importants. Ils mettent de nombreux garages devant des choix fondamentaux: continuer seul ou adhérer à un concept.”

Inutile de dire que le groupe ayant choisi la deuxième option a le vent en poupe. Les résultats de l'étude faisant l'objet du présent ouvrage reflètent “une image quasiment complète du paysage des concepts de garage belges”. Clem Dickmann précise: “Nous partons en effet du principe que le concept de garage doit être reconnaissable et visible du consommateur et que les garagistes affiliés se doivent de proposer

des services d'entretien automobile complets. Raison pour laquelle les formules de réparation de sinistre ou de vitrage automobile réunies ont été exclues de cet aperçu.”

Dossier TRAXIO

L'approche d'Aumacon peut être qualifiée de standard. Des sponsors assurent le financement de ce produit. Pourquoi le logo de TRAXIO figure-t-il sur la couverture? “C'est un exercice qui nous intéresse bien sûr au plus haut point, même si nous ne sommes pas une entreprise et que, par conséquent, nous ne relevons pas du champ d'application de ce type de partenariat commercial”, explique Patrick Godart, président d'IAS “Il y a environ un an, le présent Magazine publiait un dossier intéressant consacré aux concepts de garage. Sans avoir été impliqués dans la rédaction du livre, nous avons accepté que ce dossier y figure quoi qu'il arrive. La présentation de l'ouvrage s'est d'ailleurs déroulée dans un des dômes du stand qu'occupait TRAXIO à AutoTechnica.

Top 5

Quelles sont les conclusions de l'étude? “Pour les découvrir en détail, je vous renvoie au livre”, plaisante Clem Dickmann. “Je peux certes vous confier qu'EUROREPAR Car Service est le concept qui compte le plus d'établissements en Belgique. Et aussi ceci: ce Top 25 fait 1.364 pages. Un peu plus de la moitié, soit 52 % exactement, se trouve dans le Top 5.”





Jan Van Rijkelen (à droite): "Il est agréable d'entendre un organisme d'étude indépendant confirmer que notre concept a développé le réseau de garages le plus important."

Trois questions à Jan Van Rijkelen,
responsable Independent Aftermarket (IAM) Belux chez Stellantis

“Les concepts de garage ont un véritable potentiel de croissance”

L'étude d'Aumacon démontre qu'EUROREPAR Car Service est devenu le concept de garage qui compte le plus d'établissements en Belgique. Avez-vous été surpris ?

“Nous sommes ravis de la reconnaissance dont jouit notre label EUROREPAR Car Service à titre de concept de garage comptant le plus d'établissements dans notre pays. En soi, je ne m'en étonne pas car l'an dernier nous avons déjà procédé à certaines études. Nous avons examiné et comparé de combien de garages disposaient nos collègues concurrents et étions arrivés à des conclusions identiques (rires). Mais que ce résultat nous était déjà connu ne diminue en rien qu'il est toujours agréable de se l'entendre confirmer par un organisme indépendant.”

Comment expliquez-vous cela ? Cette situation résulte-elle d'une stratégie mûrement réfléchie ? Est-elle due au hasard ou un peu le fruit des deux ?

“Disons que c'est un mélange de stratégie et de concours de circonstances. Stellantis pratique une stratégie précise pour son réseau de Réparateurs agréés. Tous les garages ne sont pas à mêmes de

répondre à ces attentes. Ils peuvent, s'ils le souhaitent, adhérer à EUROREPAR Car Service, ce qui leur permet d'opérer dans le cadre d'une structure claire mais avec moins contraignante que pour un Réparateur agréé – l'argument est bien connu. Par ailleurs, nous observons que de nombreux garages indépendants se laissent charmer par notre offre. Nous proposons une multitude de services sans que les obligations soient prohibitives. Qu'il s'agisse de la fourniture d'informations, d'un programme CRM etc., tout est possible et sans que les obligations soient trop pesantes. Il y a moyen de faire du cherry picking, j'aime à le souligner.”

Comment percevez-vous les évolutions du marché ? Quel est le potentiel des concepts de garage ?

“Il y a indéniablement un fort potentiel, j'en suis convaincu. Si j'ai bien lu l'étude d'Aumacon, 1.300 garages indépendants sont affiliés à un concept. Arrondi à la grosse louche, cela représente de 30 à 40% de tous les garages indépendants de notre pays. Au vu des besoins en matière de marketing mais surtout de connaissance technologique et de formation, j'entrevois un grand potentiel de croissance à l'avenir, et je ne peux que m'en réjouir bien sûr (rires).”