



ADHÉRER



EN 2024



GAAPFRANCE.COM

CONNECTEZ-VOUS



ADHÉRER*

* POSSIBILITÉ DE SOUSCRIRE SIMULTANÉMENT À LA CENTRALE D'ACHAT PERFORMHA (UNICAP)

**LA VRAIE
SÉCURITÉ :
CELLE QUI DURE !**

Le pneu MICHELIN CrossClimate 2 ainsi que les autres pneus MICHELIN vous offrent un freinage sûr, jusqu'à la limite d'usure légale.⁽¹⁾

(1) MICHELIN CrossClimate 2, MICHELIN CrossClimate 2 SUV, MICHELIN Primacy 4+, MICHELIN e.Primacy, MICHELIN Pilot Sport 4S, MICHELIN Pilot Sport 5, MICHELIN Pilot Sport EV, MICHELIN Pilot Sport 4 SUV, MICHELIN Alpin 6 et MICHELIN Pilot Alpin 5.

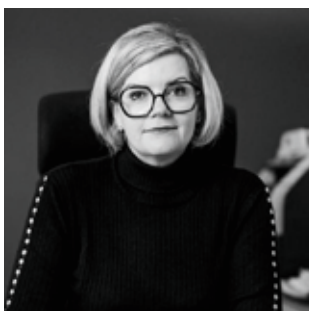
Plus d'information sur : www.michelin.fr/performances-faites-pour-durer

Informations valides à date de publication - 07/2023
Manufacture Française des Pneumatiques Michelin. Société par Actions Simplifiée au capital de 504 000 004 €. 855 200 507 R.C.S. Clermont-Ferrand.
Siège Social : 23 Place des Carmes Déchaux - 63040 Clermont-Ferrand Cedex 9. © Michelin



MICHELIN

EDITO



Florence GETE,
Présidente du GAAP



SOMMAIRE

4 En direct des régions

6 La positive attitude
à l'épreuve du terrain

10 L'année du renouvellement
et de la relance commerciale

12 En ligne avec
www.www.peugeotproximity.fr

14 Au cœur des rencontres
Peugeot Proximity

Le 1^{er} décembre, le Conseil d'Administration m'a renouvelé sa confiance pour un 5^{ème} mandat de 2 ans et quoi qu'il arrive, je resterai mobilisée face aux difficultés qui s'annoncent.

Nous le vivons tous au quotidien, les sujets qui ont distendu les relations entre la Marque et son réseau ne manquent pas ! Le plus difficile à vivre est qu'ils mettent à mal notre relation client et mettent en danger la pérennité de nos affaires par un transfert progressif de charges vers nos entreprises.

Néanmoins, quand tout dérape entre réseau et Constructeur, notre Groupement tient son rôle de facilitateur dans le but d'améliorer les systèmes. Pour être plus efficace encore, nous nous sommes structurés par la mise en place de groupes de travail pour certains avec le Constructeur et les Concessionnaires, pour d'autres en toute indépendance pour développer le VO et l'APV à notre manière.

Ne doutez pas de notre force collective, nous pesons bien dans les discussions !

A son arrivée à la Direction du Commerce France, Zineb Ghout a bien compris la force du réseau d'Agents. A notre premier contact et après démonstration des réalités terrain, elle a mis des moyens

sur la table et a pris l'engagement de recréer du lien en nous associant aux lançements des nouveaux produits.

En 2024, le nouveau 3008 et la 208 restylée seront l'occasion pour nous de faire la démonstration que nous avons toute notre place dans le commerce VN. Alors peut-être enfin, sous réserve d'être accompagnés par nos Concessionnaires, retrouverons-nous du plaisir à vendre des voitures neuves !

Quant à nos projets internes, je peux compter sur mes Bureaux et les GAAP Messenger pour valoriser notre label Peugeot Proximity et le nouveau site du commerce à votre image. Grâce à nos valeurs humaines fortes, au travail participatif, nous n'avons d'autre ambition que de vous redonner confiance en recréant un sentiment d'appartenance solide.

Vous m'avez bien souvent témoigné votre reconnaissance face au travail accompli, je ne compte pas en rester là... mais je ne pourrai pas agir sans vous. Alors, je compte sur votre adhésion y compris à PerformHA dont le GAAP est devenu actionnaire pour des conditions d'achat encore plus rentables. Il ne me reste plus qu'à vous souhaiter une très belle année 2024 !



UNE MARQUE, UN GROUPEMENT, 900 ADHÉRENTS !

L'assemblée des bureaux régionaux du GAAP organisée cet automne à Paris, a donné l'occasion de sonder les attentes des Agents Peugeot. Au cœur des territoires, les premiers délégués sont les témoins privilégiés de la cohérence des actions menées par le Groupement et des équilibres de demain.

PREMIERS DÉLÉGUÉS



NORD-EST/IDF
Serge
HILTENFINCK



SUD-OUEST
Claude
DAUMAS



SUD-EST
Romain
PAILHON



NORD-OUEST
Corinne
LENA

De l'émancipation à la proximité, en passant par la diversification et les relations avec la Marque, les lignes directrices engagées par les équipes nationales du GAAP ne valent que par l'adhésion de ses 900 Agents Peugeot. Au sortir d'une période contrastée sur le plan conjoncturel et contractuel, le Groupement s'est distingué par un accompagnement fort du réseau, rappelle Romain Pailhon, premier délégué de la DR de Lyon. « *Il a su créer une dynamique. Les contraintes ont resserré les liens. Ils n'ont jamais été aussi forts* », avance le responsable qui souligne l'ambition d'atteindre le cap du millier d'adhérents. Le taux de pénétration du Groupement dans la

DR de Lyon est appelé à faire école à l'échelle du territoire. Car l'enjeu est bien de veiller à une diffusion homogène des informations auprès de l'ensemble des réparateurs agréés et des apporteurs d'affaires.

Un sentiment d'appartenance

Pour l'heure, les orientations portées par le GAAP se révèlent adoucies par ses adhérents. Des Agents Peugeot qui considèrent le Groupement comme un soutien et une marque de reconnaissance. Il représente également une solution de connexion entre Peugeot et son réseau. Le Groupement se révèle, par ailleurs, une force de proposition pour accompagner

la Marque dans les transformations en cours. Une identité qui repose à présent sur le label Peugeot Proximity. Le concept représente un point de ralliement et un axe de développement stratégique pour les cinq ans à dix ans à venir, estime Romain Pailhon.

A l'échelle des régions, la stratégie suppose aussi de resserrer les liens entre les DR et les bureaux régionaux à travers des rendez-vous périodiques, ou encore de déployer les rencontres Peugeot Proximity. En créant un sentiment d'appartenance, le GAAP permet à tous les Agents Peugeot de reprendre confiance et d'avancer, poursuit le responsable régional.

Un Groupement des Agents Stellantis

Si le GAAP est sur le bon chemin, la dynamique n'exclut pas de mener également des réflexions sur le devenir des actions à mener. Elles peuvent concerner le recrutement et l'implication des GAAP Messenger. La vigilance porte sur l'émancipation associée au multimarquisme. « Le réseau doit continuer à s'identifier au GAAP. Mais le Groupement devra peut-être prendre le virage de la multimarque et devenir le Groupement des Agents Stellantis demain. » Pour autant, la structure devra continuer à représenter la diversité des statuts des Agents. Le sujet porte notamment sur les AA3 dont l'activité reste dominée par l'entretien et la réparation. Le levier de rapprochement pourrait se faire à travers l'après-vente et le programme Peugeot Proximity.

Quant à la réorganisation du Groupe Stellantis et de ses DR attendue dès cette année avec la nomination d'un représentant attitré à Peugeot, elle constitue une opportunité pour renforcer les liens avec les bureaux régionaux du GAAP. En matière de commerce, l'enjeu est aussi d'apaiser les relations entre la Marque, les Concessionnaires et les Agents. La qualité relationnelle et l'accompagnement demeurent un enjeu de chaque instant à l'heure où la Marque entend mener une offensive commerciale. Les Agents Peugeot continuant de représenter 30% des ventes VN du constructeur.



Serge Hiltenfinck, premier délégué de la DR de Metz au GAAP

« En tant que chef d'entreprise, nous avons des responsabilités. Nous devons prendre l'initiative sans attendre les décisions du Constructeur. En ce sens, l'émancipation impulsée par le GAAP était nécessaire. La dynamique incarnée par le Groupement a permis aux Agents Peugeot de s'affirmer. Nous représentons aujourd'hui, une composante reconnue du réseau. Sur le terrain, les actions sont respectées et appréciées par les adhérents qui saluent l'engagement des équipes. En 2024, dans la DR de Metz l'objectif sera de reconstruire un bureau, de recruter et de fidéliser les Agents de manière à suivre la marche en avant autour de Florence Gete, de Sylvain Grandjean, de Jacques Flotat et de Karim Hamadache qui participeront d'ailleurs à une réunion locale. »



Un spécialiste à votre écoute

Depuis 1977, le cabinet CAT assure les professionnels de la réparation et de la vente automobile.

Notre contrat d'assurance multirisque a été conçu spécialement pour votre métier.

Il est le fruit d'une négociation sur mesure avec de grandes compagnies d'assurance.

N'hésitez pas à nous contacter !



16, rue Médéric 75017 Paris

Tél. : 01 56 21 27 00

Mail : contact@catassurances.com

www.catassurances.com

LA POSITIVE ATTITUDE À L'ÉPREUVE DU TERRAIN

Adoubé par la Marque et ses Concessionnaires, le Groupement des Agents Automobile Peugeot s'applique à défendre les intérêts des réparateurs agréés et des apporteurs d'affaires du réseau secondaire. L'engagement revendique une relation constructive, relayée par des initiatives tournées vers l'avenir des adhérents du GAAP.



Les contrats d'apporteurs d'affaires seront au menu des prochaines négociations avec la Marque.

« La Marque a des droits vis-à-vis de son réseau d'Agents, mais aussi des devoirs, et inversement », rappelle Florence Gete, réélue cet automne à la présidence du GAAP. Au sortir de plusieurs mois de crise liés à la négociation des nouveaux contrats de réparateurs agréés, l'assemblée des bureaux régionaux organisée à Paris, cet automne, a marqué l'ouverture d'un nouveau chapitre. Le temps est venu de changer d'état d'esprit, avance la responsable. « La période de négociation a été violente, mais aujourd'hui le Groupement se doit d'être un facilitateur pour recréer de la relation entre le Constructeur et les Agents. Nous devons mettre du liant. » A condition aussi que la

Marque se donne les moyens d'accompagner son réseau secondaire.

La dynamique est incarnée par la nomination de Zineb Ghout, nouvelle directrice de Peugeot France (lire notre entretien). Au siège de la Marque comme au cœur du réseau, la priorité porte sur le commerce VN en perdition depuis plusieurs mois malgré le recours aux ventes tactiques... La chute des ventes de Peugeot dont les parts de marché sont tombées à 13,6% fin 2023 contre 16,06% un an plutôt, interpelle forcément. Les problèmes de fiabilité des moteurs, les défaillances techniques des systèmes informatiques et les limites du « price power » ont conduit à décourager les Agents

les plus persévérants. Sans parler des errements logistiques entraînant des reports de livraisons. Des éléments opérationnels qui semblent désormais pris en compte par les représentants de la Marque. Cependant les déclarations de bonnes intentions devront naturellement se confirmer sur le terrain, dans le quotidien des réparateurs agréés et des apporteurs d'affaires. « L'objectif n'est pas d'être dans la confrontation, mais de mettre à jour des problèmes notamment techniques, rencontrés sur le terrain par les Agents de manière à améliorer les choses et à faire progresser les organisations », souligne Florence Gete.

« Le Constructeur va devoir faire de la reconquête »

L'enjeu est de taille. Il faut redonner envie aux Agents d'y croire, remarquer encore la responsable. Car la réalité du terrain se heurte aux déclarations de bonnes intentions de la Marque. Le ressentiment des professionnels est lié à la signature des nouveaux contrats de réparateur agréé, à des relations tendues avec les clients en raison des problèmes de qualité et du dysfonctionnement des outils. « *Le lien de confiance, voire de fierté de représenter la Marque Peugeot, s'est rompu*, ajoutent les représentants du Groupement. *Le Constructeur va devoir faire de la reconquête* ». La nouvelle organisation du Constructeur basée sur des directions régionales par marque, devrait favoriser l'évolution, tout comme des DR placées directement sous la responsabilité des directeurs de marque. « *J'ai l'espoir que nous relançons la dynamique et que nous redonnions du baume au cœur aux Agents, en particulier sur le commerce* », avance Florence Gete.

Des professionnels qui ont été confrontés dans le même temps, à des jeux de chaises musicales du côté des distributeurs avec le risque de voir les Agents s'écarter encore un peu plus du commerce VN au profit du VO et de l'atelier. Une orientation qui pourrait avoir rapidement des conséquences sur la fréquentation en après-vente. « *Il faut se battre pour relancer l'activité VN, c'est notre ADN* », rappelle Jacques FLOTAT, vice-président VN du GAAP. L'opération reconquête passera dès cette année par la nouvelle 208 et le lancement de la future 3008 auxquels seront associés les Agents. L'objectif est aussi de redorer l'image de marque du Constructeur.

Accompagner les Agents Peugeot

« *Chacun doit remplir sa part du contrat*, estime la première représentante des Agents Peugeot. *Nous sommes désormais dans une relation contractuelle, juridique, avec des engagements à respecter. Au sein du GAAP, nous accompagnons les Agents à se poser les bonnes questions, à se professionnaliser sur le VO, par exemple grâce à des accords cadres, à déployer la multimarque et à fidéliser la clientèle.* » Au-delà des actions de lobbying, les équipes renforcées du Groupement apportent un rôle de conseils individuels, et de prospectives. Mais le développement commercial appartient bien à la Marque, rappelle Florence Gete qui renvoie le constructeur à ses responsabilités. « *La Marque doit mettre les moyens avec une politique commerciale incitative et simplifiée afin de redonner confiance aux Agents.* »

Au-delà des constats et des perspectives, le message d'optimisme a prédominé lors de l'assemblée des bureaux régionaux du GAAP. La journée a été marquée notamment par le lancement du nouveau site Internet Peugeot Proximity. Un événement qui a aussi donné lieu à la présentation des partenaires du GAAP dont les programmes sont définis pour accompagner les Agents en matière de coaching après-vente, de VO, d'approvisionnement, de location... Car c'est une évidence : « *Tout le monde doit unir ses forces.* »



ALPHA2A

DMS recommandé par

Automobiles PEUGEOT et



GAAP
GROUPEMENT DES AGENTS AUTOMOBILES PEUGEOT

Module de négoce automobile



NOUVEAU

Pilotez votre activité VO

- Gestion de stock
- Achat/Vente
- Démarches administratives
- Location
- Facturation et écritures comptables

IRIS HUB & SERVICES

Plateforme multiservices 100% web

Module Révision / Entretien

Chiffrez vos interventions d'entretien mécanique et les travaux préconisés pour la révision des véhicules !



N° Vert 0 800 714 014

contact@groupe-lacour.fr

www.groupe-lacour.fr

DE L'APRÈS-VENTE AU VO, LES ÉQUIPES DU GAAP EN PREMIÈRE LIGNE

Portés par les enjeux de la fiabilité, de la garantie et de la diversification, les groupes de travail APV et VO du GAAP n'ont ménagé ni leurs efforts, ni leur énergie, au cours des derniers mois.

Au service des adhérents du Groupement, les démarches engagées se voulaient « concrètes » et « pratico-pratiques », indique Karim Hamadache en charge du GT après-vente du GAAP. L'attention a porté notamment sur la mise en place d'une boîte à outils regroupant les réflexes à adopter face à un véhicule concerné par une défaillance de moteur EB2, DV5 ou d'AdBlue. Les conseils concernent les démarches à suivre dans les process de garantie. Pour le responsable, « *les Agents ne doivent pas s'adapter aux dysfonctionnements des outils. Il faut alerter les zones managers, car la Marque n'a pas la vision du terrain.* »

Fidéliser la clientèle en après-vente

La vigilance s'oriente, par ailleurs, vers la révolution attendue dans les ateliers avec l'essor des véhicules électrifiés. L'enjeu sera d'adapter nos métiers, prévient Karim Hamadache qui appelle à rester « serein ». Avec un parc roulant de 42 millions de véhicules à 95% thermiques, pour un âge moyen de près de 12 ans, le potentiel du marché de l'entretien et de la réparation reste entier. Pour autant, face à l'électrification les Agents doivent faire évoluer le centre de gravité de leur activité en après-vente, nous indique-t-il. L'objectif est d'évoluer progressivement vers le suivi de modèles de 10 à 12 ans. L'orientation suppose aussi de fidéliser la clientèle actuelle qui possède des voitures de 7 à 8 ans. Et d'avancer des pistes de réflexion autour d'une carte de fidélité par exemple, valable dans l'ensemble du réseau des Agents Peugeot. Quant aux nouveaux besoins émer-

gents liés aux véhicules électrifiés, ils se concentrent sur le vitrage, la carrosserie et le pneumatique, un dernier marché sur lequel les Agents ont « *une carte à jouer* ».

Autant de sujets qui supposeront une réception du véhicule dans les règles de l'art afin de favoriser la vente de ces prestations additionnelles à même d'alimenter le chiffre d'affaires des agences. « *Il faut préparer l'avenir grâce à la diversification, même si aujourd'hui un tel discours peut paraître difficilement audible car nos ateliers sont pleins* », reconnaît Karim Hamadache.

Le VO au programme de 2024

La stratégie passera par la location via Car Go partenaire du GAAP, et forcément le VO. « *Notre mission cette année consiste à accompagner les Agents pour expliquer les démarches à suivre* », avance Sylvain Grandjean, responsable du GT dédié au sein du GAAP. Et de mettre en avant l'importance de la profession-

nalisation des Agents en matière de véhicule d'occasion. Pour cela, les adhérents du Groupement peuvent compter sur l'expertise des spécialistes sélectionnés comme TLSA, Cirano, Sofinco ou bien encore Indicata. Par ailleurs, des solutions de transport seront mises en place dans les prochains mois via le programme Peugeot Proximity VO. La formule représente un tremplin pensé et adapté aux Agents adhérents du Groupement, avant de basculer vers Spoticar.

Face à la dépréciation attendue des VO, les solutions avancées reposent sur la mise en location et la communication sous forme de loyers en LOA.



Une garantie « spécial coverage » pour les moteurs EB2 et DV5

Face aux problèmes de qualité soulignés par les responsables du GAAP, le moteur EB2 (1,2 essence PureTech) fait l'objet d'une garantie « *spécial coverage* », a rappelé Aymeric Le Her, directeur pièces et services du Groupe Stellantis. Elle prévoit une prise en charge à 100% pièces et main d'œuvre jusqu'à 6 ans et 100 000 km. A partir de 6 ans et jusqu'à 8 ans, ou 150 000 km, la garantie appliquée couvre les pièces mais pas la main d'œuvre. Des évolutions sont attendues en cas de décalage des échéances d'entretien, ou de casse moteur en dehors de ces périodes. Le responsable rappelle que depuis l'été 2022, les moteurs EB2 sont équipés d'une courroie de distribution renforcée. Quant à la nouvelle génération de bloc EB3, elle est dotée d'une chaîne de distribution. Et de remarquer que si ces défaillances pèsent forcément dans le quotidien des clients et des réparateurs, elles ne concernent qu'un faible pourcentage des moteurs produits.

Du côté des blocs DV5 (1,5 HDi), les chaînes de distribution de 7 mm ont été remplacées par une chaîne de 8 mm. Pour les anciennes générations de moteur, une huile spécifique 5W30 a été développée par Total. Elle est disponible depuis le début janvier sous différents conditionnements. Par ailleurs, les moteurs DV5 bénéficient d'une garantie « *spéciale coverage* » qui prend en charge les pièces et main d'œuvre jusqu'à 5 ans ou 150 000 km.



Le GAAP devient actionnaire de PerformHA !



La centrale d'achat a pour vocation de mutualiser les achats des professionnels des réseaux automobiles. L'objectif est de faire baisser les coûts de fonctionnement, notamment de l'énergie, explique Jacques-Edouard Daubresse, directeur général de PerformHA. Le catalogue de la centrale se veut exhaustif. Il regroupe les équipements et l'outillage pour les ateliers, des consommables pour la carrosserie-peinture, mais aussi des accessoires marketing, l'informatique, les services généraux... « *L'avantage en négociant des volumes, est de disposer de tarifs compétitifs.* » A l'avenir, les tenues vestimentaires aux couleurs de Peugeot Proximity seront référencées par la centrale d'achat. Le service est accessible sur abonnement auprès du GAAP.



www.performha.fr

L'après-vente à l'heure de l'électrification

La « dédramatisation » de l'après-vente des véhicules électrifiés (VE et hybrides) figure à l'ordre du jour des sujets en devenir. Le Groupement veut adopter un dialogue rassurant vis à vis du réseau. « *En valeur, le panier moyen des réparations sera moindre, mais en volume le nombre d'entrées par jour pourra être supérieur, avance Romain Pailhon, premier délégué de la DR de Lyon. Il va falloir réfléchir à la manière d'aborder nos clients pour conserver notre chiffre d'affaires en identifiant des axes de rentabilité et en structurant nos affaires.* » La gestion va prendre tout son sens pour analyser le marché et s'adapter, prévoit-il encore. Le Groupement devra sensibiliser les Agents sur l'importance de ces évolutions pour se projeter dans l'avenir. L'animation des ateliers à travers la mise en place du « pay plan » par exemple, fait partie également des axes de travail à mener.

Face à cette transition énergétique, les compétences des ateliers et la formation des techniciens vont se révéler tout aussi essentiels.

« 2024 MARQUE L'ANNÉE DU RENOUVELLEMENT ET DE LA RELANCE COMMERCIALE »

Nommée à la direction de Peugeot France l'été dernier, Zineb Ghout a dévoilé ses ambitions commerciales et sa vision du réseau des Agents Peugeot à l'occasion de l'assemblée des bureaux régionaux du GAAP à Paris. A l'aube d'une année qui s'annonce stratégique pour la Marque, la dirigeante met son dynamisme au service de la reconquête.



Zineb Ghout, directrice de Peugeot France

Quel bilan faites-vous de vos 100 premiers jours à la direction de Peugeot France ?

Je suis, à la fois, particulièrement heureuse de relever ce challenge, et honorée de représenter une Marque comme Peugeot. J'ai consacré mes premières semaines à rencontrer et à échanger avec les équipes internes, mais aussi auprès des partenaires et des représentants des Groupements. Cette phase d'observation et de prise de contacts avec les différentes parties prenantes était essentielle. J'ai rencontré des équipes appliquées, attachées à la Marque et engagées au quotidien à la développer. Nous disposons de nombreux atouts avec Peugeot. Son image de marque est forte,



L'attachement à la Marque est l'une des valeurs fortes des Agents Peugeot.



elle est la première dans le secteur automobile. Sa note continue de progresser. La Marque Peugeot est aussi la marque préférée des Français, tous secteurs confondus. Le second atout indéniable repose sur son design. Il représente une force immense face à la concurrence.

Par ailleurs, nous faisons partie du Groupe Stellantis. Cette dimension assure une pérennité en matière de développement à l'heure de l'électrification et de la digitalisation. Les équipes que j'ai rencontrées sont combatives et concernées. Elles ont à cœur de rebondir avec les lancements attendus cette année.

Quelle sera votre feuille de route pour 2024 ?

Les performances commerciales dans le secteur automobile sont souvent cycliques. Nous sortons d'une période post-Covid difficile. La priorité est de rebondir sur le plan commercial et d'améliorer nos performances concernant nos parts de marché grâce à nos atouts et au renouvellement de nos gammes. La réussite du lancement de la nouvelle 208 en janvier est essentielle. Elle représente le best-seller de nos volumes de ventes. L'arrivée des motorisations hybrides répond également à une vraie attente de nos clients. La 208 hybride et la 2008 sont des éléments essentiels de notre reconquête. Elles s'ajoutent au renouvellement de la gamme utilitaire avec Partner, Boxer et Expert. L'objectif est de maintenir notre leadership sur ce segment.

Au cœur de cette dynamique, le nouveau 3008 constitue le fer de lance de notre reconquête commerciale. A l'occasion de sa présentation au printemps, tous les Agents Peugeot seront invités à la scène musicale sur l'île Seguin. Un autre élément repose bien évidemment sur le développement des ventes des véhicules



Le nouveau 3008 sera le fer de lance de notre reconquête commerciale.



électriques : nous disposons avec Peugeot de la gamme de modèles la plus large en France. Au-delà, nous travaillons à une meilleure fluidité dans la production de nos véhicules, de manière à aligner la demande et l'offre afin de réduire les délais de livraison.

Quelles sont vos ambitions pour le réseau des Agents Peugeot ?

L'objectif est de favoriser une relation de proximité et de confiance mutuelle de manière à délivrer une meilleure performance globale, à conquérir et à satisfaire les clients. Le réseau des Agents doit faire partie intégrante de notre stratégie de reconquête. Ils participent de manière active, avec les concessionnaires comme courroie de transmission à la réussite des lancements. Ils sont le meilleur moyen pour relancer cette dynamique commerciale. Le réseau secondaire représente un maillon essentiel dans la proximité avec les clients. La proximité est une caractéristique de notre société. Les Agents ont toujours tenu ce rôle. L'annonce du renforcement de leur maillage répond à un double enjeu. Il vise à la fois à soutenir la dynamique commerciale, et à identifier les secteurs que nous ne couvrons pas. Dans un contexte où les Agents ont besoin de réassurance, ce redéploiement envoie un signal fort.

Que retenir de vos premiers échanges avec le GAAP ?

Le Groupement des Agents Peugeot réunit des personnes attachées à la Marque. C'est d'ailleurs l'une des valeurs fortes du réseau des Agents. Nous partageons aussi la volonté commune de relancer la dynamique commerciale. J'ai constaté un besoin de relation plus proche avec la Marque, de proximité, avec l'ambition de participer à une meilleure dynamique après des mois difficiles.

Quelles réponses entendez-vous apporter pour leur redonner confiance ?

Elle suppose un travail de fond, opéré segment par segment. Nous devons donner des signaux à l'image de la nouvelle politique commerciale que nous avons simplifiée et renforcée. La nouvelle organisation des DR avec des équipes terrain 100% dédiées à la Marque nous assurera également une meilleure proximité avec les Agents et les Concessionnaires Peugeot. La démarche s'ajoute à des opérations concrètes pour passer de la théorie à la réalité. Un exemple : l'opération de lancement de la nouvelle 208 associe les Agents avec un programme dédié qui prévoit la mise à disposition de véhicules de démonstration. Des actions marketing spécifiques sont également prévues associant les Agents, les Concessionnaires et la Marque avec des ventes privées. Au-delà de l'aspect commercial, notre attention est portée sur les problématiques rencontrées au quotidien par les Agents, notamment en matière informatique pour apporter des réponses concrètes. Nous avons ainsi mis en place des échanges téléphoniques chaque semaine pour identifier auprès des Agents concernés ces difficultés sur le sujet. La Marque est au service de son réseau, et le réseau au service de ses clients.

Zineb Ghout se dit confiante dans les atouts de Peugeot pour redévelopper les ventes et « reprendre la place qui est la nôtre ».

Un plan de redéploiement des Agents Stellantis

Optimiser le maillage et la capillarité des Agents Peugeot. Face à la force de frappe des réseaux secondaires concurrents, le Groupe Stellantis se mobilise. Au cours des cinq dernières années, 400 Agents Peugeot (et autant du côté de Citroën) auraient quitté le réseau. Malgré 1600 réparateurs agréés, la Marque note aujourd'hui un déséquilibre dans la couverture du territoire. Des zones d'ombres se sont créées, avec à la clef des sous-performances commerciales, observe Christophe Civel, responsable du développement des réseaux Stellantis. La stratégie vise à densifier les réseaux des Agents Peugeot. Le plan de redéploiement avancé prend en compte les récents mouvements de population constatés depuis la crise sanitaire, explique le responsable. Les habitants quittent les métropoles et privilégient notamment les zones côtières de l'Ouest et du Sud-Ouest. Parmi les 4000 cantons en France, 150 sites seront identifiés de manière à mener des actions pour renforcer le maillage de la Marque.

EN LIGNE AVEC WWW.PEUGEOTPROXIMITY.FR !

Accessible depuis l'automne, le nouveau site Internet Peugeot Proximity dessine un trait d'union de proximité avec les clients du réseau. Il accorde une large place aux VO et aux services, grâce aux vitrines de chaque adhérent.



Un site intuitif, convivial et évolutif, résume Emmanuelle Weiss, community manager du GAAP. Redéfini avec l'agence Web et Design, l'espace en ligne peugeotproximity.fr met l'accent sur une architecture épurée. L'accès à l'information et aux menus a été simplifié. « *Nous sommes repartis d'une feuille blanche en concertation avec les représentants des Agents, de manière à définir leurs attentes et leurs priorités.* » Les réflexions ont donné naissance à un site revu et re-

pensé à destination du grand public. Dès cet automne, les premiers Agents ont pu expérimenter la nouvelle interface adaptée également aux Smartphones et aux tablettes. En quelques semaines, plus de 200 vitrines personnalisées à chaque agence ont été déjà créées. L'objectif est d'atteindre les 900, rappelle la responsable. En quelques clics, les Agents peuvent configurer leur espace en ajoutant une photo de leur établissement, en précisant les ho-

raires d'ouverture, mais aussi les services accessibles : location, dépannage, station de lavage, borne de recharge... Et mettre en ligne leurs VO !

Une passerelle avec Tech3H

L'atout du nouveau site est d'être interfacé avec Tech3H. La passerelle permet d'importer les annonces directement dans le site Peugeot Proximity. Pour les adhérents non-abonnés aux services de la plate-



Accessible dans l'espace personnel de chaque Agent, le tableau de bord regroupe des indicateurs comme le nombre de vues d'une vitrine, des VO, ou encore de leads reçus.

forme, l'accès au référentiel JATO permet la saisie automatique des informations (relatives à la finition et à l'équipement d'un modèle) à partir d'une immatriculation. Le site présente l'avantage d'harmoniser les annonces, avec l'obligation d'importer des photos. Sans image, l'annonce ne sera pas publiée, prévient Emmanuelle Weiss. Et pour faciliter les recherches les recherches de l'internaute, le site bénéficie d'un nombre étoffé de filtres

« Pro et proche »

Le site offre, par ailleurs, aux Agents la possibilité de communiquer sur leur actualité. Les événements peuvent être liés à des portes ouvertes ou à des opérations commerciales. Accessible via l'onglet « mon actualité », la rédaction des posts est pensée de manière à gagner du temps. Quant aux leads associés à un VO ou à une prestation d'entretien comme de réparation, ils seront transmis via les formulaires de contacts directement à l'agence concernée.

« Pro et proche », le nouveau site Internet Peugeot Proximity permet aux clients de se géolocaliser pour trouver l'adhérent le plus proche. « L'objectif est d'affirmer la marque Peugeot Proximity auprès du grand public, et d'afficher le maillage national du réseau des Agents, souligne encore Emmanuelle Weiss. Quel que soit le lieu où un automobiliste se trouve, il pourra compter sur le réseau Peugeot Proximity. »

Adoptez le réflexe LinkedIn !

Le réseau social à destination des professionnels constitue un support privilégié pour communiquer et échanger avec les partenaires du GAAP, mais aussi auprès de la clientèle BtoB des Agents. Les posts publiés sont relatifs à l'actualité du réseau des réparateurs agréés. Ils donnent également l'occasion de souligner les actions engagées par le GAAP à l'image des rencontres Peugeot Proximity, ou de relater les initiatives des groupes de travail.

SUIVEZ-NOUS



laCentrale

PRENEZ LE CONTRÔLE DU MARCHÉ AVEC VOTRE NOUVEL OUTIL DE PRICING, PILOT'PRICE !

1 seul outil, 3 cas d'usage



ACHÉTEZ

En déterminant le meilleur prix d'achat VO



VENEZ

En trouvant le prix le plus en phase avec le marché



RÉ-ÉVALUEZ

En optimisant le positionnement de vos véhicules en stock



Avec Pilot'Price, vous avez toutes les cartes en main pour définir le bon prix, **LE VÔTRE !**



Les bénéfices de Pilot'Price



Une **interface simple et intuitive** pour optimiser votre analyse marché



Un **gain de temps et d'efficacité** pour votre stratégie prix



Une **donnée 100% transparente** pour vous aider dans votre quotidien



Vos **stocks VO optimisés** et vos **marges augmentées**



Un **outil gratuit** et compris dans vos packs laCentrale et en accès illimité pour les 6 prochains mois⁽¹⁾ !

(1) En accès gratuit et illimité jusqu'à la fin du premier trimestre 2024, le service sera ensuite accessible via un forfait adaptable aux besoins de chaque professionnel.

Vous souhaitez plus d'information ?
N'hésitez pas à nous contacter !



01.77.49.01.86



clientpro@lacentrale.fr

AU CŒUR DES RENCONTRES PEUGEOT PROXIMITY

Avec 350 Agents participants aux réunions organisées à travers la France tout au long de l'année, les rencontres Peugeot Proximity ont été couronnées de succès. Un essai réussi, appelé à être transformé dès 2024 !



Rencontre Peugeot Proximity au Garage Midi Services à Toulouse (31)

« Il est absolument nécessaire d'aller au contact de nos collègues. » A l'heure du bilan de ce tour de France revisité du GAAP, Claude Daumas, premier délégué de la DR de Toulouse, confie sa conviction et son enthousiasme. De nombreux Agents disposent d'une structure à taille humaine. Ils n'ont pas toujours le temps de se déplacer pour assister aux conventions ou aux assemblées du Groupement, observe-t-il. « Si nous ne prenons pas l'initiative de nous rapprocher de ces professionnels, ils risquent de se retrouver déconnectés. »

Lancées à Carcassonne puis à Perpignan l'été dernier, les premières rencontres Peugeot Proximity ont fait école. Elles ont suscité l'intérêt des autres DR comme à Metz, Paris, Lyon et Rennes cet automne. A l'échelle locale, la démarche retient l'attention des réparateurs agréés, adhérents ou non au Groupement. Le travail de proximité est nécessaire, souligne encore Claude Daumas. C'est la raison d'être du programme Peugeot Proximity ! L'approche fédère. Elle permet « immanquablement » de renouer des liens avec les Agents.



Rencontre Peugeot Proximity au Garage Ecomard à La Chapelle Heulin (44)

Structurer et enrichir la formule

Relayée par les GAAP Messenger, animée par les premiers délégués du Groupement en présence des représentants du bureau national à commencer par Florence Gete et Karim Hamadache, la formule séduit. Le taux de participation atteint jusqu'à 100% des Agents d'un secteur ! Les adhérents sont demandeurs de ces rencontres, constate Claude Daumas. La mobilisation est au rendez-vous. « Il faut continuer. Etre sur le terrain est la bonne solution. »

Si le premier objectif est de présenter la Marque Peugeot Proximity après son lance-

ment au Groupama Stadium de Lyon au printemps dernier, les rencontres donnent aussi l'occasion de rappeler les programmes développés par les groupes de travail du Groupement, en matière de VO ou de coaching après-vente. A l'avenir, les réflexions portent sur la manière de structurer ces rencontres à travers un calendrier prévisionnel par exemple, ou en les enrichissant avec les partenaires du Groupement. L'ambition est également d'impliquer l'ensemble des secteurs malgré l'absence parfois de GAAP Messenger. L'enjeu est bien de donner le réflexe du GAAP à tous les Agents Peugeot !

DÉPT. 29 - RA PEUGEOT

Vend fonds de commerce pour départ à la retraite.
Agent AA3 Région Bretagne nord, proximité Brest, bonne notoriété
Activités : mécanique, carrosserie-peinture en sous-traitance
4 salariés + gérant : 2 mécaniciens + 1 apprenti mécanicien + 1 TDA
5 ponts élévateurs récents
7 véhicules de courtoisie
Vente VN 30 véhicules à l'année
CA 632 000 euros
EBE 87 000 euros
Tél : 06.08.57.66.83

DÉPT 79 - RA PEUGEOT

Vend fonds de commerce pour départ à la retraite.
Agent AA4 Région Nouvelle Aquitaine, sortie échangeur de la Sévrienne
Station-service Total Energies : 2 pistes VL + 2 pistes PL avec AD Blue
+ automate 24h/24 + volume 250m3/mois avec boutique de 57m²
Surface de 700m² : espace exposition 100m² + 1 atelier mécanique + 4 ponts + appareil
géométrie + diagnostic Peugeot & multimarques
Vente VN & VO
Activité dépannage 24h/24 agréé assistance
CA 350 000 € à 500 000€
Tél : 06.03.96.73.56

DEPT 45 - RA PEUGEOT

Vends fond de commerce + possibilité mur pour départ à la retraite
Agent AA2 Région Centre, proximité ORLEANS dans un endroit stratégique avec bonne
notoriété
3 salariés + couple Gérant, stable depuis création de 1971
2 mécaniciens + 1 TDA (gérant), 1 CAS, 1 secrétaire comptable
Blue Box faite en 2012
Mécanique, dépannage,
Carrosserie, peinture sous-traités
1 pont CISEAU, 1 pont 4 colonnes, 2 ponts 2 colonnes à bras
2 stations de climatisation, 1 récente R1234VF, 1 ancien gaz R134
6 véhicules de courtoisie
Vente de VN environ 20 véhicules annuel
Vente VO environ 50 véhicules annuel, parc VO permanent
CA 1 600 000€, potentiel de développement
EBE 189 000€
Tel : 06 85 63 13 92

Dépt 47 - RA PEUGEOT

(Mécanique + carrosserie /peinture)
Agent AA3 - Limite Périgord (25km de Bergerac) - zone ZRR
Clientèle rurale et fidèle
1 mécanicien + 1 carrossier + 1 apprenti + couple de gérants
Bâtiment très fonctionnel 700m² sur Terrain de 2200 m²
Matériel très récent / Cabine à peinture fioul
VN/VO avec développement possible
Pas de travaux à prévoir
CA 950 000 €
Prix = 250 000 € (achat murs possible)
Tel 07.86.53.92.55

CIRANO

Le programme de garantie

du label PROXIMITY

COUVREZ TOUT VOTRE PARC AUTO D'OCCASION

Avec 3 garanties et extensions de garantie contre les pannes mécaniques, électriques et électroniques.

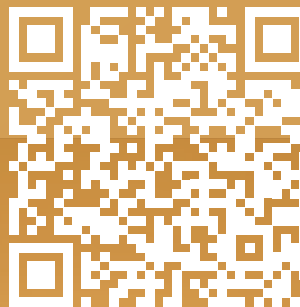
GAGNEZ DU TEMPS

Avec l'outil mis à votre disposition, vous créez vos garanties et suivez vos contrats à tout moment de la journée.

SOYEZ SOUTENU

Nous gérons la prise en charge des sinistres de vos clients et vos conseillers commerciaux restent à disposition pour répondre à vos besoins.

EN SAVOIR PLUS ICI



Partenaire du GAAP depuis 2014,
nous garantissons la mobilité de vos clients

CONTACTEZ-NOUS

contact@cirano.com - 03 22 33 86 70



Diesel



Quartz Ineo RCP 5W-30



Conçue pour les moteurs diesel 1.5 BlueHDi

