LE JOURNAL DE LA RÉPARATION ATELIER

JRA

N° 33

La Renault 4 roues directrices

L'actu de tous les réseaux

BUSINESS

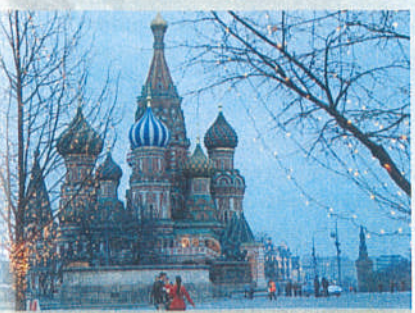
Climatisation : De nouveaux enjeux

TECHNIQUE

Test diag : Bosch KTS 200

VOYAGE

Russie : Toujours plus vite !



+ de 17 000 exemplaires

OCCASIONS

L'impact du Net
Quelles garanties ?

www.reparation-atelier.fr

MAI/JUIN 2008 - 5 €

Qui garantit vos VO ?

RAC France, la double approche

Albert Etienne

RAC France procède sur le sol français selon deux organisations distinctes et complémentaires. Une équipe grand compte traite ainsi avec les constructeurs, les distributeurs et les établissements financiers. *"Les produits sont commercialisés sous le nom du partenaire"*, précise **Albert Etienne**, directeur commercial de RAC France. Une équipe terrain, composée d'une vingtaine de commerciaux, est chargée de vendre directement aux distributeurs des produits de garanties et d'assistance sous la marque RAC. *"Nous jouons sur deux terrains et ce positionnement nous confère un avantage concurrentiel"*, reconnaît Albert Etienne. La société entend miser sur sa proximité et l'accompagnement pour réduire le coût des garanties et ainsi fidéliser les ateliers des partenaires. 95 % de l'activité de RAC France s'articule autour du circuit traditionnel de la distribution (constructeur, réseau et sociétés de financement). Autrement, la société est également partenaire du réseau Spir (Top Annonces) via des "Pack annonces + garanties". Elle fournit également les produits "Panne mécanique" aux assureurs Aviva et Eurofil.

Starexcel fait confiance à Franssur

Bernard Groschtern

Filiale de la holding financière France Assurance, Franssur Service est depuis 2006 installée dans le paysage de la garantie automobile. Principal client à ce jour : le réseau Précisium Starexcel qui propose la garantie panne mécanique Franssur Service pour garantir l'ensemble de ses VO. Aujourd'hui, la société yvelinoise s'appuie sur la garantie Confort qui couvre les véhicules de tourisme d'occasion jusqu'à 10 ans d'âge (moteur, la boîte de vitesses, le pont et la transmission). Elle est vendue 170 euros pour douze mois avec un plafond de remboursement de 1 500 euros (TTC) par événement. La garantie Sérénité porte sur les VO de moins de 7 ans et couvre en plus le circuit de refroidissement, les systèmes électriques et électroniques. Elle vaut 248 euros pour un an avec un plafond de remboursement de 2 000 euros (TTC). Enfin, la garantie Sérénité + s'élève à 260 euros et prend en charge des pièces supplémentaires. *"Les équipementiers, les réparateurs ou encore les groupements de distribution restent notre cœur de cible. Ce sont des marchés en forte expansion sur lesquels nous voulons conquérir une part de marché significative"*, confiait **Bernard Groschtern**, directeur général de Franssur Service, lors du dernier Equip'Auto.

CarGarantie signe avec Kia et Hyundai

Prestataire de Porsche depuis 2003, de Mazda France depuis 2005 dans le cadre du programme "Mazda Occasions Plus" et depuis 2007 sur les VN, CarGarantie a raflé l'appel d'offres pour l'extension de la garantie VN, Icare ayant pour sa part obtenu le gain du label "Hyundai Occasions". CarGarantie sera néanmoins chargé de l'implantation du premier label occasion de Kia grâce à un accord-cadre européen portant sur six pays. Soutenue par une équipe de sept commerciaux, la démarche de CarGarantie se veut pragmatique, la société misant sur son recul historique et statistique pour assurer *"la transparence et ainsi déterminer des coûts fiables tant sur le marché du VO que du VN. Nous devons sortir du réflexe de l'assureur. Certes, nous couvrons un risque, mais les actions que nous mettons en œuvre vont au-delà de la seule notion de bonus/malus. Nous procédons à une analyse différente, pointue qui tient compte des process du distributeur, de sa politique de reprises, de sa façon de préparer les véhicules et nous nous adaptons en conséquence"*, affirme **Laurent Geffard**. Contrairement à Icare qui plébiscite la gestion pour compte, CarGarantie privilégie le modèle classique du forfait assurance qui représente 80 % des contrats. Concernant la gestion pour compte, nous observons des distributeurs qui font un peu machine arrière car ils ne disposaient pas des structures adéquates pour supporter les dépenses. Cette option était parfois choisie par défaut ou par dépit car les professionnels avaient l'impression de payer dans le vide ou ne bénéficiaient pas de la transparence requise de leur garantisseur. Notre discours est de leur dire : *"Prenez la gestion pour compte, mais pour de bonnes raisons"*, souligne Laurent Geffard. En 2008, la société devrait consolider son approche terrain et l'accompagnement de ses clients dans une logique de sur-mesure de plus en plus affirmée.