



/// GARANTIE VO

## Ces acteurs qui vous veulent du bien

P 26

### ACTUALITES

#### Distributeurs : ils ouvrent, ils ferment

Le groupe Loret restructure son implantation Volkswagen, le groupe Guénant se renforce chez Citroën, et des mouvements dans le réseau Renault ont notamment animé le mois de mars.

14

### ENTRETIEN

#### Thierry Gennetay, Chevrolet France

Le directeur marketing se félicite de la part croissante que prennent les véhicules GPL au sein des ventes du constructeur et insiste sur le rôle qu'ils jouent dans le positionnement de Chevrolet.

18

### DOSSIER

#### Lavage : le haut de gamme à la rescousse

Investissements en hausse, privilèges du Premium, et baisse des volumes, le lavage s'en sort, cependant, par l'innovation technologique et le lancement de nouveaux produits.

38

&gt;&gt;&gt;VO

# En quête de leadership

La société Rac France, qui devrait changer d'actionnaires dans les prochaines semaines, mise sur sa force de vente, l'innovation et les services pour séduire de nouveaux partenaires et accroître son portefeuille de garanties.

Le chiffre d'affaires est souvent un bon indicateur de progression même s'il ne peut résumer à lui seul l'état de santé d'une société. Si l'on se réfère à cet indicateur, l'évolution de la société Rac France est éloquent. D'un chiffre d'affaires de 28 M€ en 2007, la société lyonnaise a conclu l'exercice 2009 à M€ et envisage une progression de 10 millions en 2010. Mais plus que le chiffre d'affaires, **Albert Etienne**, directeur commercial et marketing de Rac France, préfère mettre en valeur les 140 000 nouveaux contrats enregistrés en 2009. Le lancement en début

**Nous sommes dans une position de challenger.**

d'année dernière des produits Sécurité, AutoConfinance et Prestige ont d'ail-

**ALBERT ETIENNE**, directeur commercial et marketing Rac France.



leurs grandement participé de cette dynamique. "Ils ont décollé dès leur commercialisation, précise Albert Etienne. Le mix de vente sur ces trois produits est équilibré car l'offre est bien étalée en termes de prix et répond aux besoins de tous les professionnels. Nous couvrons 100 % des véhicules sur le marché". La filiale française qui affichait un portefeuille de 250 000 garanties en fin d'année dernière s'est déjà fixé un objectif de 450 000 à horizon 2012, ce qui témoigne de ses ambitions. "C'est dans les périodes de marché incertaines que nous devons montrer aux clients notre sérieux pour créer une dynamique de croissance, intervient Albert Etienne. Nous sommes dans une position de challenger avec l'ambition, à court terme, d'être le leader."

**Transparence, suivi et proximité, la formule gagnante**

Cette course au leadership passera notamment par l'innovation, les services ainsi que le développement de nouveaux partenariats avec tous les professionnels qui interviennent dans la chaîne automobile. "Le marché est instable et nous manquons de visibilité mais je pense, cependant, que le pari que nous avons fait d'investir dans l'innovation pour assurer la transparence, le suivi et la proximité avec les clients paye", ajoute

Albert Etienne. Rac France a notamment noué un accord l'an passé avec le groupe Volkswagen, via sa filiale Volkswagen Bank, qui porte sur la prestation de garantie panne mécanique distribuée dans le cadre d'un financement. "Le marché n'est pas complètement mûr et offre beaucoup de potentiels de croissance. Nous pouvons encore faire bouger les choses et gagner des contrats, comme ce fut le cas également avec Suzuki l'an passé sur une offre d'extension de garantie VN et de contrats d'entretien", poursuit Albert Etienne.

**Deux forces de vente complémentaires**

La filiale d'Aviva (pour encore quelques semaines) mise également sur son positionnement de gestionnaire et d'assistant pour conforter sa position sur le marché. "Nous sommes peu en France à faire ce métier de gestionnaire. Nous nous appuyons sur une force de vente terrain qui couvre toute la France pour proposer, en direct, une gamme de contrats de garanties et d'assistance for-

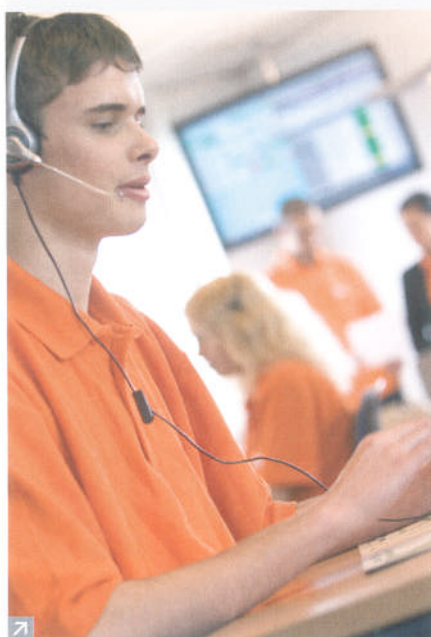
EN BREF &lt;&lt;&lt;&lt;

## Rac France

- Actionnaires : Un projet de cession de Rac France par le groupe AVIVA est en cours
- Principaux clients constructeurs : Jaguar, Land Rover, Opel, Chevrolet, Saab, Suzuki
- Principaux clients établissements financiers : CGI, GMAC, GE Money Bank, VW Bank
- Autres clients : + de 2 000 distributeurs, PGA Motors, Schuller, Autovalley, Athlon Car Lease, Aviva, Eurofil, Manheim, Spir Communication.
- Nombre de garanties vendues en 2009 : 250 000
- CA France 2009 : 50M€ (+ 20 %)
- Prévision CA 2010 : 60M€

matée aux distributeurs de marques et aux indépendants. Nous avons également une équipe "grands comptes" qui propose une offre sur-mesure pour des partenaires sous marque blanche. Et nous mettons autant d'efforts sur les deux aspects car le potentiel de croissance est aussi important", détaille le dirigeant.

Enfin, Rac France vient de lancer une nouvelle version du module statistique de son extranet clients Rac On Line pour faciliter la déclaration de tous les sinistres en ligne. "Cela va apporter du gain de temps, des informations plus claires, des économies aussi, certainement. Au final, le niveau de satisfaction des clients en sera amélioré", se félicite Albert Etienne, avant de préciser : "Nous voulons encore renforcer certains points comme la rapidité de traitement des prises en charge. Nous voulons des délais instantanés et cela passe par des investissements en technologie et en informatique. Au final, notre volonté est d'être considéré sur le marché comme la référence en qualité de service". ■



Le garantisseur s'appuie sur des plates-formes de gestion et d'assistance basées à Lyon.

## Flottes-Ventes aux entreprises

Rendez-vous dans notre dossier  
spécial du 21 MAI

**Le Journal de  
l'Automobile**  
www.journalauto.com