

Perspectives 2021-2022

Après une année 2020 mouvementée, le réseau Eurotyre ContiClub envisage l'avenir avec confiance

Paris, le 26 avril 2021. En 2020, malgré un recul des ventes de 9,8 % en volume par rapport à l'année précédente, le réseau de centres automobile Eurotyre ContiClub résiste mieux que le marché (-14,6 %). Pour ses 10 ans d'existence, Eurotyre affiche ses ambitions de croissance et reste optimiste pour cette nouvelle année. Digitalisation, politique commerciale forte sur les segments vecteurs de performance et déploiement de solutions marketing au local sont au cœur de la stratégie de l'entreprise française pour les mois à venir.

Eurotyre va même au-delà, et commence dès à présent à travailler sur les besoins futurs de ses clients. Qu'il s'agisse par exemple de faire progressivement monter en compétence les différents centres dans la prise en charge très spécifique de véhicules électriques côté particuliers, ou de celle des flottes de véhicules utilitaires légers (VUL) côté professionnels.

Des objectifs de croissance forts pour Eurotyre, après une crise Covid à l'impact plutôt maîtrisé

Après avoir fêté son 10^e anniversaire, Eurotyre ContiClub souhaite poursuivre sa croissance progressive mais solide, lui permettant de relativement mieux résister à la crise sanitaire et économique que le reste du marché. Les résultats commerciaux sont en effet au rendez-vous sur certains segments stratégiques.

Présent dans tous les départements métropolitains, le réseau souhaite renforcer encore son maillage sur tout le territoire hexagonal. Fort de 212 points de vente en février 2021, ce qui le place dans le Top 3 des réseaux indépendants de centres spécialistes de l'automobile en France, Eurotyre aborde l'avenir avec confiance et vise les 220 adhérents d'ici la fin de l'année.

Afin d'atteindre cet objectif, l'enseigne animée par le groupe Continental (société ContiClub) veut accélérer la digitalisation de ses points de vente et confirmer les bons résultats obtenus sur plusieurs segments, à commencer par le poids lourd qui enregistre des résultats stables et le secteur agricole (+ 4,5 % en volume par rapport à 2019). L'activité véhicules légers et utilitaires pour les clients particuliers et professionnels (TC4 BtoC / BtoB) sera également un axe de développement fort dans les prochaines années.

"2021 est une année charnière pour le réseau Eurotyre ContiClub. Nous avons connu dix ans de croissance progressive et de développement, qui nous ont conféré une résistance importante dans la crise par rapport au marché." explique **Franck Mathieu, Directeur de l'enseigne Eurotyre.**

“Covid oblige, nous avons présenté, à distance et de manière simultanée à tous nos adhérents, un plan de développement résolument optimiste mais réaliste. L’ensemble du réseau a été interrogé individuellement afin de tenir compte de toutes les réalités terrain et de faire remonter les informations pour adapter notre stratégie.” ajoute-t-il.

Mais Eurotyre ne se focalise pas uniquement sur les objectifs commerciaux et souhaite accompagner à son échelle la démocratisation des mobilités du futur, tout en s’employant à déployer une large palette de solutions numériques au sein du réseau.

Donner aux centres automobile les moyens d’accompagner leur développement

Se donner des objectifs ambitieux pour le réseau est une chose, mais il faut s’assurer de mettre à disposition des centres les bons outils afin de les atteindre. Eurotyre se positionne donc comme un réel centre de ressources pour les adhérents (montée en compétence par la formation et le digital, informations juridiques, accompagnement économique...).

L’accompagnement du réseau passe dans un premier temps par la formation des équipes de mécaniciens et garagistes à la prise en charge des nouveaux modes de mobilité, pour s’adapter dès aujourd’hui à la part croissante de motorisations hybride ou électrique, aux véhicules de plus en plus connectés et ‘intelligents’. La prise en charge de véhicules électriques en particulier, nécessite en effet un savoir-faire très spécifique pour le diagnostic, les réparations, le choix et la monte des pneumatiques. La formation à la prise en charge de véhicules utilitaires légers (VUL), avec un nombre croissant de flottes de ce type chez les professionnels (environ 15,7 % du parc automobile à l’heure actuelle), est un autre axe de développement important.

Le succès du réseau passe également par le service dans les centres mais aussi par une expérience client fluide et intuitive. Afin de recruter de nouveaux adhérents et fidéliser les partenaires existants, Eurotyre ContiClub a ainsi mis en place plusieurs actions visant à intensifier le développement du numérique dans le réseau, avec :

- des aides pour l’investissement de matériel numérique pour l’activité du site ;
- la mise en place du devis en ligne, dans un souci de transparence et de gain de temps pour le client, particulier comme professionnel (ex : poids lourd et agricole) ;
- la mise à disposition de nouveaux outils (plateformes marketing web, intranet...) ;
- des visites digitalisées optimisées et efficaces, suivies de visites physiques des conseillers réseau (au nombre de six) ;
- la possibilité de gérer leur visibilité en ligne, à gérer leur e-réputation et à mieux communiquer au local via Google My Business.

Les adhérents bénéficient par ailleurs de conseils sur la gestion juridique et économique de leur centre, par le biais du Syndicat des Professionnels du Pneu (SPP). Les centres qui souhaitent communiquer pour accompagner leur développement peuvent désormais bénéficier d’une aide financière pour leurs campagnes d’adressage BtoB (via e-mailings ciblés, l’envoi de sms et la création de *lead* commerciaux).



Avec cette stratégie d'accompagnement des centres et de déploiement de solutions numériques pour ses adhérents, Eurotyre prend les devants afin de répondre concrètement aux attentes de ses clients, particuliers comme professionnels. Ces deux typologies sont tout autant importantes pour le réseau, sachant qu'un point de vente sur deux exerce une activité BtoB industrielle.

“La Force d’Eurotyre réside dans la proximité, nos centres sont très majoritairement basés dans des zones péri-rurales et sont ancrés dans le tissu économique local. C’est cet esprit de partage et d’échange que nous souhaitons insuffler dans le développement de notre réseau.” conclut **Franck Mathieu** *“Cela passe aussi par le numérique qui permet d’étendre virtuellement ce lien pour venir informer, rassurer et conseiller le client depuis le confort de son logement.”*

À propos de Continental

Continental développe des technologies et services d'avant-garde au service d'une mobilité durable et connectée des personnes et de leurs biens. Fondée en 1871, l'entreprise technologique propose des solutions sûres, efficaces, intelligentes et abordables pour les véhicules, les machines, le trafic et le transport. En 2020, Continental a réalisé un chiffre d'affaires préliminaire de 37,7 milliards d'euros et emploie plus de 235 000 personnes dans 58 pays et marchés. En 2021, l'entreprise célèbre son 150^e anniversaire.

À propos d’Eurotyre

Repris en 2010 par Continental (SASU ContiClub), le réseau Eurotyre, est un ensemble de plus 212 centres indépendants spécialistes de l'automobile. Lorsque vous faites appel à Eurotyre, vous avez la garantie de bénéficier d'un service de qualité, assuré par des professionnels reconnus pour leur savoir-faire. Véritable spécialiste du pneu, Eurotyre peut proposer des pneus adaptés à chaque usage et à chaque véhicule. Eurotyre complète son offre de pneus, comprenant montage et équilibrage, par toutes les pièces auto nécessaires à la sécurité : vidange/révision, amortisseurs, diagnostic électronique, échappement, freinage.