



DOSSIER DE PRESSE

LES GRANDES ANNONCES DU CONGRÈS AD MARRAKECH 2023

1. Engagement 2027 : Agir Aujourd'hui pour préparer demain, p. 2
2. Engagés pour réduire l'empreinte environnementale du congrès AD, p. 4
3. Engagés pour attirer de nouveaux talents, p. 4
4. Engagés vers les nouvelles mobilités, p. 6
5. PASSTHRU : Objectif 100% du réseau formé, p. 7
6. Le Réseau AD Lance Mon Marketing Prédictif, p. 8
7. Doublement de la gamme Isotech d'ici 2024, p. 9
8. LEAO et le Réseau AD, un partenariat qui roule – 1^{er} spot TV commun, p. 10
9. Carrosserie, un DMS full web en 2025, p. 11
10. La réception client digitalisée : une nouveauté pour les carrossiers AD dès 2024, p.12

CONGRES AD DE MARRAKECH PRÈS DE 4000 PERSONNES ENGAGÉES POUR PRÉPARER DEMAIN

*Du 18 au 21 mai, le Congrès AD a réuni près de 4000 personnes à Marrakech. Au cours de ces 4 jours de convivialité, la famille AD s'est fédérée autour de son nouveau plan stratégique : **Engagement 2027**.*

Engagement 2027: agir aujourd'hui pour préparer demain

Une nouvelle fois, le Congrès AD a été co-construit avec les adhérents du Réseau et a été l'occasion de présenter le nouveau plan stratégique, Engagement 2027. Ce projet répond aux enjeux actuels de la réparation, il anticipe les mutations technologiques et il s'inscrit dans les attentes des plus de 2200 ateliers AD mécanique et carrosserie en France.

Engagement 2027, invite à l'action avec une signature forte « agir aujourd'hui pour préparer demain ».

Au travers de ce projet, les fondements des métiers du réparateur AD sont réaffirmés autour des 3 piliers fondateurs posés dans les précédents Congrès : technicien, entrepreneur et commerçant. Sur ces 3 axes, Engagement 2027 propose des plans d'actions ambitieux et concrets.

- **Sur le métier de technicien**, les nouvelles technologies et les mutations en cours du parc s'anticipent. Engagement 2027 ambitionne d'accélérer dès aujourd'hui pour permettre à tous les réparateurs de s'approprier les évolutions du métier autour de l'électrique, l'ADAS et le pass thru. (avec le nouveau service Remote Pass Thru de prise en main à distance via Grup Eina pour accéder aux données constructeurs) Les réparateurs pourront gérer la transition d'aujourd'hui au dernier véhicule thermique probablement vers 2050 en accueillant à la fois les véhicules les plus anciens et en étant d'excellents techniciens sur les véhicules électriques et hybrides.
- **Sur le métier d'entrepreneur**, le Réseau AD place les 4 années à venir sous le signe des ambitions et de l'engagement. Capitaliser sur les premières entrées ateliers (sur le pneu, le véhicule d'occasion et des actions d'optimisation de la performance des entreprises) et en gagnant en attractivité en tant qu'employeur en valorisant la marque employeur AD.
- **Sur le métier de commerçant**, le client particulier ou professionnel sera au cœur du projet en approfondissant le lien de confiance entre l'automobiliste et le réparateur AD grâce à un parcours et une expérience client plus digitalisés. Par exemple avec la maintenance prédictive pour les particuliers, la solution Mobitech pour gérer les accords cadres en mécanique, ou la nouvelle tablette de réception active en carrosserie.

« Notre plan combine le temps court et le temps long : répondre aux enjeux immédiats ET préparer l'avenir. Avec Engagement 2027, nous réaffirmons notre positionnement, celui d'un réseau leader d'agents et de carrosserie multimarque et multispécialiste engagé pour apporter une mobilité abordable et durable aux particuliers et aux professionnels » détaille Fabien Guimard, Directeur des Réseaux de Réparation Automobile chez Autodistribution.

AD une marque engagée

Le Réseau AD est un réseau qui se soucie de ses adhérents, de leurs préoccupations et qui assume toute sa responsabilité sociétale.

- **Attirer les talents dans le Réseau AD**

Le recrutement de talents apparaît comme une préoccupation majeure pour les membres du Réseau AD et exprimée fortement lors de la préparation du Congrès de Marrakech. Des initiatives emblématiques sont déjà en place avec le Garac par exemple.

Le Réseau AD va aller plus loin en lançant deux classes de CQP (certificat de qualification professionnelle) l'une pour la mécanique, l'autre pour la carrosserie.

La mobilisation pour le recrutement est générale avec la création d'un spot de publicité TV insérant un QR code permettant d'arriver directement sur le site de recrutement AD.

- **Défendre une mobilité abordable et durable**

L'enjeu de décarbonation de la mobilité automobile est un objectif global. Le chemin pour y parvenir passe par une réparation de qualité, abordable et durable. Réparer plutôt que remplacer est une démarche vertueuse, par exemple avec les initiatives autour de l'échange standard, du partenariat avec Cotrolia, de l'Eco Entretien. Cela passe aussi par la PIEC, la PQE. Dans les prochains mois, le Réseau va formaliser une charte RSE (Responsabilité sociale des Entreprises) commune à tous les adhérents.

« Le Réseau AD est engagé dans des gestes du quotidien, pragmatiques et efficaces, pour permettre une mobilité durable, accessible à tous. La responsabilité sociale chez les adhérents AD est une réalité concrète qui s'ancre dans les préoccupations des automobilistes. Nous avons souhaité le dire clairement dans notre plan stratégique, Engagement 2027 ». indique Laurent Desrouffet, Directeur général des réseaux et des activités de la Réparation Véhicules Légers chez Autodistribution.

Un salon de 72 exposants : un showroom des solutions pour les ateliers

La force du Réseau AD est de pouvoir s'appuyer sur Autodistribution et ses relations privilégiées avec des fournisseurs et partenaires engagés. Les 4000 participants du Congrès AD ont échangé avec 72 exposants répartis sur 4500 m².

Ce salon est une vitrine des produits et solutions à disposition des ateliers pour développer leurs activités, ou technologiques pour les activités de Passthru et d'ADAS par exemple, et aussi un espace innovation sur les nouvelles mobilités électriques.

AUTODISTRIBUTION S'ENGAGE POUR REDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DU CONGRES AD 2023 A MARRAKECH

Conscient de l'impact écologique que représente l'organisation d'un tel événement, Autodistribution a pris une série de mesures pour réduire l'empreinte environnementale du Congrès AD. Autodistribution a notamment décidé de compenser l'ensemble des émissions de CO₂ liées au transport aérien des près de 4000 participants.

Près de 24000 arbres plantés pour compenser les émissions de CO₂ liées au transport aérien

Autodistribution s'est associé à Reforest'Action, une entreprise certifiée B Corp dont la mission est de préserver, restaurer et créer des écosystèmes (agro)forestiers à travers le monde pour compenser l'ensemble des émissions liées au transport aérien des participants au Congrès AD. Concrètement, Autodistribution finance trois projets de reboisement de terres agricoles délaissées en Mayenne, en Corrèze et en Charente. Ces projets contribuent à la séquestration de carbone en forêt française en plantant 23 890 arbres de sept essences différentes, soit environ 6 arbres par personne. Ces arbres permettront le stockage de 3230 tonnes de CO₂ dans les trente années à venir.

Ces projets, labélisés Bas Carbone, permettront de créer des écosystèmes forestiers diversifiés sur une superficie totale de 15 hectares tout en générant des bénéfices pour la biodiversité, la santé et l'emploi local.

Le label Bas Carbone, unique cadre de certification carbone volontaire à ce jour en France, créé et est géré par le Ministère de la Transition Écologique dans le cadre de la Stratégie Nationale Bas-Carbone de la France. Cette certification contribue à l'atteinte des objectifs de réductions des émissions de gaz à effet de serre à horizon 2050 de la France.

Réduire les déchets, éviter le gaspillage alimentaire, minimiser l'empreinte carbone : des engagements forts

Au-delà de cet engagement unique, Autodistribution a veillé à réduire son empreinte carbone tout au long de la production du Congrès AD. Ainsi, de nombreuses initiatives ont été prises :

- Sélection de prestataires locaux pour favoriser l'économie locale et les déplacements plus écologiques;
- Mise en place d'un partenariat efficace avec des associations locales pour limiter le gaspillage alimentaire ;

- Mise en place de fontaines à eau sur le lieu de l'événement pour réduire l'usage de bouteilles en plastique au profit de gobelets et gourdes réutilisables ;
- Limitation du fret en veillant à réduire au minimum l'acheminement et réaffectation du matériel d'exposition à Autodistribution Maroc de matériel pour éviter le fret de retour et par conséquent les émissions de CO₂ qu'il engendre ;
- Choix porté sur une communication et un marketing responsables en limitant les goodies aux seuls objets nécessaires à l'événement et en privilégiant la fabrication locale ou européenne ;
- Usage du digital plutôt que le papier sur le lieu de l'événement.

LE RESEAU AD SE MOBILISE POUR ATTIRER LES NOUVEAUX TALENTS

Aujourd'hui, le Réseau AD, via ses adhérents, emploie près de 10 000 salariés en France. Attirer et former de nouveaux talents constituent des défis pour chaque entreprise du Réseau AD.

C'est pour répondre à cette préoccupation que le Réseau AD se mobilise et met en place un plan d'actions ambitieux en s'appuyant sur la force et la notoriété de la marque AD. L'objectif est de **développer la marque employeur AD**.

Le plan d'actions d'Engagement 2027 présenté lors du Congrès de Marrakech

1. Un spot de publicité TV de recrutement : pour la première fois, un spot de publicité télévisé sera dédié au recrutement dans le Réseau AD. Les films se termineront par un QR code permettant aux candidats d'arriver directement sur le site de recrutement AD.
Le site de recrutement du Réseau, AD Recrute, a généré plus de 5000 candidatures en 2022.
2. Lancement de deux classes de certificat de qualification professionnelle (CQP) : une en mécanique et une en carrosserie.
3. Recrutement d'une personne en charge des sujets RH pour le Réseau AD

LE RÉSEAU AD, PARTENAIRE DES NOUVELLES MOBILITÉS AVEC EON ET KATE

De nouveaux acteurs de la mobilité électrique Made In France EON et KATE étaient présents sur le salon partenaires du Congrès AD de Marrakech pour présenter leurs véhicules électriques légers.

En les invitant au Congrès AD de Marrakech, le Réseau AD démontre sa capacité à être partenaire des nouveaux acteurs de la mobilité électrique en mettant en avant des nouveaux constructeurs français et à prendre dès maintenant le virage de la réparation et de la maintenance des véhicules électriques.

PASSTHRU : OBJECTIF 100% DU RESEAU FORMÉ

Remote Assistance Diag une nouveauté pour le Réseau

Les équipes d'Autodistribution ont développé un nouveau service aux réparateurs : la prise en main à distance des véhicules via la hotline Assistance Diag (Grup Eina) et les outils de diagnostic Diagissimo. L'objectif : faciliter le travail des réparateurs et leur permettre de gagner du temps.

Avec le service Remote Diag : les réparateurs peuvent se faire aider sur à distance par exemple sur les opérations :

- Remise à zéro
- Déverrouillage de la prise OBD
- Déverrouillage des freins de parking
- Télécodage d'une pièce changée
- La recherche d'une panne

Le service va encore plus loin avec le Remote Passthru : la hotline peut aussi procéder au passthru à distance avec l'accès aux serveurs constructeurs et la mise à jour des calculateurs, ce qui est un enjeu incontournable pour la réparation indépendante.

La formation du Réseau

L'Institut AD dispose dans son cursus de formation de modules dédiés au passthru marque par marque avec la configuration de son outil. Chaque participant repart avec son outil de diagnostic configuré. L'objectif du Réseau AD est de former 100% du réseau.

AD LANCE MON MARKETING PREDICTIF

AD innove encore dans le digital en lançant Mon Marketing Prédicatif. A partir de la data disponible dans les DMS de chaque atelier, Mon Marketing Prédicatif permet de faire du marketing direct.

Concrètement, l'outil propose des rendez-vous aux clients du garage en fonction de l'historique des interventions et du kilométrage du véhicule.

La période de test a démontré qu'une campagne marketing SMS fondée sur le marketing prédictif permet de doubler le taux de visite en garage par rapport aux clients non sollicités. Cela permet donc à la fois de fidéliser les clients du garage, et de développer le chiffre d'affaires.

Ce projet va être déployé dans les prochains mois dans un premier temps pour les réparateurs équipés d'ADMS360.

ISOTECH : DOUBLEMENT DE LA GAMME D'ICI 2024

Le vieillissement du parc automobile combiné à la forte inflation des deux dernières années font du coût de la réparation une préoccupation majeure pour les automobilistes. Le Réseau AD dispose d'un atout en faveur de la mobilité abordable avec la marque Isotech.

La gamme de produits Isotech est une solution permettant de combiner :

- Une grande qualité des produits
- Un excellent niveau de compétitivité avec un tarif adapté pour des véhicules anciens
- Un bon niveau de rentabilité pour les réparateurs

15 000 références en 2024

Le développement de la gamme Isotech est rapide passant de 5 500 références l'an dernier à 7 500 aujourd'hui et 15 000 références en 2024.

Ce développement passe par des compléments de gamme existantes (230 références de plaquettes, 1180 références de pièces de suspension et de direction, le lancement de nouvelles familles comme les thermostats ou les kits d'accessoires par exemple...).

Pour aider les réparateurs à proposer la meilleure pièce au meilleur prix, l'offre Isotech sera mise en avant sur Autossimo en fonction de l'âge du véhicule.

Un spot de publicité TV dédié à Isotech

La valorisation de cet atout anti-inflation se fera dans un spot de publicité TV.

LEAO ET LE RESEAU AD, UN PARTENARIAT QUI ROULE

1^{ER} SPOT TV COMMUN

Pour la première fois, un grand équipementier international, LEAO, s'associe à AD dans une publicité TV commune. Ce spot sera diffusé durant la deuxième quinzaine de juillet avec une offre prix attractive. Pour le Réseau AD, cette campagne de publicité est l'occasion de se renforcer sur le pneu, la 1^{ère} entrée atelier en valeur.

Cette initiative commune est l'approfondissement du partenariat entre LEAO et AD. Depuis le dernier Congrès AD de Malte, Autodistribution a vendu 1,8 millions de pneus LEAO, en progression constante avec une moyenne annuelle de 500 000 pneus LEAO par an.

Grâce au renforcement du partenariat, Autodistribution ambitionne de dépasser la barre des 2 millions de pneus par an dont 800 000 LEAO.

CARROSSERIE : UN DMS FULL WEB FIN 2025

Depuis 2014, le Réseau AD a déployé avec succès la solution Alpha Sigmac dans les carrosseries du Réseau en partenariat avec le Groupe Lacour. Le DMS Alpha Sigmac constitue un avantage concurrentiel fort et les équipes réfléchissent en permanence à ses évolutions pour intégrer l'évolution des technologies.

D'ici fin 2025, Alpha Sigmac va franchir une nouvelle étape majeure. L'objectif du Réseau AD, avec le Groupe Lacour, est de mettre à disposition un DMS full web.

Le DMS full web, c'est un outil :

- 100% en ligne bénéficiant de mises à jour plus rapides
- Plus moderne et avec une meilleure ergonomie
- Renforcé en termes de cybersécurité
- Accessible sur tous supports : PC / Tablette
- Permettant de s'interfacer plus facilement avec d'autres environnements. Cette solution facilitera en particulier la gestion de la relation avec les experts grâce à une identification sur différents portails

LA RÉCEPTION CLIENT DIGITALISÉE : UNE NOUVEAUTÉ POUR LES CARROSSIERS AD DÈS 2024

Afin de répondre aux attentes des adhérents pour une simplification des actes de gestion administrative, le Réseau AD va déployer la réception client digitalisée dès le 1^{er} trimestre 2024.

Cette nouvelle solution de réception mobile simple rapide et efficace permettra de réaliser les réceptions, la mise à disposition des véhicules de remplacement, les restitutions et l'expertise à distance. Elle est reliée au DMS Alpha Sigmac.

Grâce à cette solution digitale disponible sur toutes les tablettes, les carrossiers AD vont gagner un temps précieux dans le tour de véhicule, la dématérialisation des documents et la signature électronique. Elle répond aussi aux attentes des automobilistes qui souhaitent une relation plus efficace et plus simple.