ROMBAT
Member of Metair Group

Communiqué de presse

Rombat France à Brive-la-Gaillarde, le 5 juin 2023

À Brive-la-Gaillarde, ROMBAT France se développe et rend la batterie auto "Sexy" !

En 2023, le marché français de la batterie est stable en volume. Il est pourtant en train de muter, du fait de l'évolution du mix produit sur les batteries Start & Stop.

***Urbain Chassaing*, Dirigeant de Rombat France explique sa vision du marché et la nécessité de mettre en place une nouvelle approche client :**

" *On change toujours autant de batteries, mais ce ne sont plus tout à fait les mêmes ! Ce sont surtout des batteries destinées aux véhicules Start & Stop, AGM (Absorbent Glass Mat) plutôt employées sur les gammes Premium et des EFB, (Enhanced Flooded Battery) qui équipent, elles, les marques généralistes.*

Avant 2020, ces 2 types de batteries occupaient un créneau de 3 à 5% du marché, alors qu'aujourd'hui, elles représentent environ ***25% des ventes sur le marché Français****. Pour notre part, nous revendiquons un mix largement supérieur à 40 % de nos ventes ; grâce aux solutions que nous apportons, certains distributeurs performent jusqu'à 55% de leurs ventes !* ***C'est donc une percée considérable, avec un volume de ventes multiplié par 5 à 10 en l'espace de seulement 3 ans*** *; bien sûr, cet état de fait est lié à la vague de "verdissement" des flottes de véhicules.*

Dans la réalité quotidienne, cette évolution du mix produit demande aux distributeurs des compétences techniques et commerciales très différentes de celles qui étaient requises pour la vente des batteries standard. C'est une problématique spécifique sur laquelle mon entreprise s'est positionnée pour anticiper les conséquences des nouvelles contraintes. Les distributeurs qui ne se sont pas remis en cause – c'est-à-dire qui sont restés sur des offres basées uniquement sur le prix (offres MDD) – rencontrent déjà des difficultés en termes de volumes de ventes, car il y a besoin de s'adapter au nouveau contexte du marché automobile. "

ROMBAT France mise sur la formation et le soutien commercial sur le lieu de vente

En 2023, l'entreprise Briviste est vue comme un outsider qui gagne du terrain ! Grâce au support de son usine - validée par les plus grands constructeurs automobiles européens - elle l'investit d'ailleurs en pratiquant une méthode inspirée du rugby, sport pratiqué par le dirigeant : œil fixé sur l'équipe adverse, anticipation pour saisir l'opportunité de sortie de mêlée, marquage et essai, transformation...

Cette méthode a donné naissance à une campagne marketing qui s'intéresse à la batterie dans tous ses états, "*10 raisons de changer votre regard sur la batterie*". Cette campagne est étayée par des actions :

1/ Des formations techniques toute l'année pour les distributeurs :

- Webinaires : Visio conférences, formation continue...
- Sur site : rencontres sur le terrain, visite de l'usine Rombat, accompagnement à la carte
- Animations : Présentation des produits organisées chez le distributeur pour collaborateurs et clients.

2/ Le développement de produits exclusifs comme la *Tundra EFB,* qui permet au distributeur d'avoir un mix produit supérieur à 40% des ventes sur le marché global : augmentation de ses ventes et de son mix entre le haut de gamme et les produits standards.

3/ la mise à disposition de supports marketing adaptés

- Le « concept store » ROMBAT pour la signalétique des magasins : identification des rayons batteries, panneaux extérieurs, PLV intérieure...
- Notoriété et efficacité avec la publication régulière de supports numériques évoquant la marque, les produits et une activité dense sur les réseaux sociaux.

4/ La signature d'une convention annuelle avec les distributeurs régionaux (*Elite*) ou locaux (*Exception*), sur la base d'un accord de partenariat commercial, délimitant une zone d'influence géographique réservée, des accompagnements terrain et des formations techniques.

5/ L'apport de solutions logistiques adaptées, en fonction des volumes et de la saisonnalité.

En 2023, **Rombat France** gagne des parts de marché, car ses solutions permettent à ses **distributeurs d'améliorer la qualité de leur offre *batterie* et la rentabilité de leur activité**, notamment en assurant un complément de gamme avec des accessoires, essentiels pour l'entretien des batteries !

En s'appuyant sur les produits de sa société, *SC POWER*, *Urbain Chassaing* propose ainsi à son réseau de vente des accessoires de batterie, surtout des chargeurs, mais aussi :

- **Des boosters**
- **Des testeurs,** un outil de développement des ventes, via des campagnes de tests
- **Des stabilisateurs de tension**, nécessaires aux showrooms de ventes véhicules ou aux ateliers lors des phases de diagnostics, le branchement de la valise électronique étant un gourmand consommateur d'électricité...

A propos de ROMBAT

Innovation et Technologie au service de l'Excellence

16 millions de batteries par an

L'actionnaire principal de ROMBAT est *Metair International Holdings*, filiale du groupe sud-africain *Metair Investment Limited*, qui s'est imposé dans l'industrie et la distribution de composants automobiles.
Principaux clients : *Daimler Chrysler, General Motors, Nissan, Toyota, Volkswagen, BMW*... Uniquement sur le marché de la batterie, la capacité de production totale du groupe est de 16 millions de batteries/an. La filiale roumaine suit un développement ascendant et a achevé cette année un processus coordonné de construction de marque et de redéfinition de ses valeurs.