

Auto Info
Presse mensuelle spécialisée automobile – 24/01/2020
Distribution



Le groupe Sofibrie souhaite retrouver le segment premium

Publié le 24 janvier 2020 par [Yelen BONHOMME-ALLARD](#)

Acteur majeur dans l'est de l'Île-de-France et la région Nouvelle-Aquitaine, l'opérateur multimarque ambitionne d'accélérer sur le marché du véhicule d'occasion et les ventes aux professionnels.



© Groupe Sofibrie.

Le **groupe Sofibrie** est le fruit d'une rencontre entre **Max Havard** et **Joseph Marani** (propriétaire des Garages Nation) en **1964**. Ce dernier fait alors l'acquisition d'une station-service à Fontenay-sous-Bois (94), qui devient une agence Renault en 1968. Une étape clé, marquant le début d'une aventure commune dans l'industrie automobile, mais aussi le **partenariat** avec la **marque au losange** qui n'a cessé de se renforcer au fil des années. À mesure des rachats successifs, l'opérateur se déploie dans l'est parisien et le département de la Vienne, s'imposant ainsi dans le **top 40** des meilleurs groupes de distribution de l'Hexagone.

En **mars 2018**, les Garages Nation changent de main : **Laurent Dumas** (connu pour son implication dans l'immobilier) et **Benoit Mercat** (le nouveau président de l'entité) veulent faire de l'entreprise « *un leader de la distribution en Île-de-France* ». En dépit du changement de propriétaires, la société Garages Nation conserve une participation de 49,99 % dans le capital de Brie des Nations. Après cinq décennies de partenariat, celui-ci s'achève officiellement en **décembre 2018**.



© Groupe Sofibrie.

Un plan produit essoufflé

L'opérateur francilien compte pour l'heure **Vingt points de vente** où sont représentées **onze marques**, ainsi qu'une équipe de 650 collaborateurs. Cependant, à compter du mois de juin, le groupe ouvrira sa **première concession Skoda** à La Queue-en-Brie (94) **aux côtés de Mazda et Hyundai** déjà implantés. À l'instar de nombreux groupes de distribution automobile, le mouvement social des gilets jaunes a fortement impacté les ventes au cours du précédent exercice. À cette performance ternie s'est ajouté un plan produit absent chez le généraliste Nissan. Heureusement, 2020 devrait être bien meilleure puisque les nouveaux Nissan Juke et Qashqai sont respectivement attendus au premier et dernier trimestre 2020.

Par chance, le distributeur a pu compter sur son **pilier de toujours**, Renault, qui représente un volume de ventes de 7 000 unités sur les 11 800 véhicules neufs et 11 900 véhicules d'occasion écoulés l'an passé. Pour sa première année de distribution, 180 **Mitsubishi** ont été écoulés sur le site de Noisiel (77). Suite à une réorganisation du réseau par le constructeur **Mercedes-Benz**, le groupe a cédé ses trois affaires situées à Fontenay-sous-Bois (94), Bonneuil-sur-Marne (94) et Bondy (93) au groupe Como. Le retrait de la marque à l'étoile – distribuée depuis 1994 – représente pour Sofibrie un déficit annuel de 1 500 voitures, 96 millions d'euros (performances en 2018) et 145 employés. « *Nous sommes à l'écoute pour représenter une nouvelle marque permettant de combler ce volume, explique Philippe Havard, directeur général et fils de Max Havard. Idéalement, je préférerais rester dans l'univers du haut de gamme car le groupe a déjà beaucoup de marques généralistes. C'est important d'avoir une marque premium dans notre panel afin de s'adapter à tous les portefeuilles. Nous avons aussi acquis une solide expérience du premium au cours des 25 dernières années avec Mercedes-Benz que nous sommes prêts à redéployer* ». Fidèle à son développement local, le périmètre privilégié pour ce nouveau panneau demeure les régions Île-de-France et Nouvelle-Aquitaine.



© Groupe Sofibrie.

Lancement d'un nouveau format

En octobre dernier, l'opérateur et la marque au losange ont marqué une nouvelle étape dans leur **engagement mutuel** : l'ouverture du **premier Renault City en France**. Situé au rez-de-chaussée du centre commercial Val d'Europe à Serris (77) – face aux caisses Auchan – l'écrin de 150 m² s'assure une visibilité importante puisque le centre commercial draine près de 19 millions de visiteurs par an. Une aubaine pour le distributeur local. « *Sur les vingt-cinq ventes mensuelles objectivées, nous en avons réalisé quinze sur le premier mois de l'activité. Ce n'est pas si mal ! Avec ce site, nous captions une nouvelle clientèle. Comme ils sont accueillis par des ambassadeurs et non des vendeurs, ils se sentent moins contraints d'acheter. Le contact est vraiment différent* », note Philippe Havard. Véritable vitrine de l'actualité de Renault, le showroom exposera à tour de rôle tous les nouveaux modèles de la gamme.

Sur les quinze voitures vendues, la moitié était des Zoe de seconde génération. Une bonne nouvelle pour Renault qui, comme tous les autres constructeurs, est engagé dans une transition écologique électrique. Si la Clio E-Tech, la Twingo électrique, le Captur E-Tech Plug-in et la Megane E-Tech Plug-in sont impatiemment attendus par le réseau, les clients seront-ils au rendez-vous ? « *Tout le monde a des objectifs de ventes en termes de véhicules électriques, mais personne ne sait vraiment où l'on va. Les clients auront-ils le budget ? Entre 10 000 et 15 000 euros, certainement, mais peu seront intéressés par les modèles dépassant les 25 000 euros. D'autant qu'il s'agira souvent du deuxième, voire du troisième véhicule d'un ménage. Le problème majeur demeure l'infrastructure de recharge, très insuffisante dans et autour de Paris* ».



Pour atteindre davantage de clients sur ce site, l'homme d'affaires va bientôt y installer une **borne d'achat express pièces de rechange**. Déjà déployée dans quatre concessions Renault – mais aussi sur les sites Nissan depuis trois ans – la borne offre aux automobilistes la possibilité **d'acheter de façon autonome** leurs pièces de rechange en quelques clics. En cas de doute, ils peuvent, par le biais d'une webcam, demander à distance l'avis d'un magasinier situé à Noisiel, à une vingtaine de kilomètres. Après le règlement par carte bancaire, les clients reçoivent une facture directement imprimée depuis la borne et peuvent se rendre à l'atelier de leur choix afin d'effectuer les réparations. Les pièces indisponibles peuvent être commandées. À terme, l'entité prévoit d'étendre cette borne à toutes les concessions Renault, et potentiellement à **l'ensemble des marques** de son réseau.



© Groupe Sofibrie.