



BILAN DE L'AD TOUR 2020 : Les premiers résultats de « Préférence 2022 »

Arcueil, le 25 février 2020. En chaque début d'année, les équipes du Réseau AD sillonnent la France à la rencontre des réparateurs pour faire le point sur l'année écoulée et détailler les projets à venir. L'édition 2020 de « l'AD Tour » s'achève sur des échanges fructueux et de nombreuses perspectives pour le premier Réseau de garages et carrosseries en entretien et réparation multimarques de France.

AD Tour 2020 : 13 dates dans 13 villes de France

Du 14 janvier au 12 février dernier, les équipes du Réseau AD ont donné rendez-vous à leurs adhérents et clients dans treize villes de France : Caen (14), Ploërmel (56), Nantes (44), Vélizy (78), Aulnay (93), Toulouse (31), Bordeaux (33), Niort (79), Aix-en-Provence (13), Lyon (69), Clermont-Ferrand (63), Metz (57) et Lille (59).

Cette édition 2020 de l'AD TOUR était l'occasion de partager les succès et les avancées des projets du Réseau durant une journée d'information conviviale ainsi que d'offrir une vision d'ensemble de l'évolution du marché, des opportunités offertes par les nouveaux services et solutions de l'enseigne et surtout, d'échanger.

Fabien Guimard, Directeur des Réseaux de réparation automobile, précise « *L'AD Tour est un moment incontournable dans la vie de notre Réseau. Cette journée nous permet d'aller à la rencontre des réparateurs et de faire le point sur le plan « Préférence 2022 » présenté au Congrès de Malte en septembre 2018 : ce qui a été fait et ce qui nous reste à accomplir, ainsi que sur les évolutions de notre secteur et les réponses que nous souhaitons y apporter. Nos métiers de la mécanique et de la carrosserie sont passionnants car tout évolue très vite et nous devons sans cesse nous approprier ces mutations et progresser avec le marché. La force de notre Réseau est de bénéficier d'un collectif solide, composé de grands professionnels, qui a parfaitement compris ces enjeux. Ensemble, avec le Réseau, nous permettons aux réparateurs AD d'aller plus loin* ».

Bilan de l'année 2019 : de nombreuses avancées pour le plan « Préférence 2022 »

2019 a été la première année de mise en place du plan stratégique « Préférence 2022 ».

Les avancées sur les initiatives *Technicien*, *Entrepreneur* et *Commerçant* ont été nombreuses, avec notamment :

- **Formation.** Au total, plus de 1 800 collaborateurs employés par les adhérents du Réseau se sont formés aux divers modules-clés de la compétence technique grâce à l'Institut AD. Concernant le positionnement du Réseau sur les enjeux stratégiques des ADAS (Solutions pour les systèmes d'assistance à la conduite) et de l'Eco Entretien :
 - 10% du Réseau est déjà formé et équipé en outil de calibrage ADAS (Bosch ou Texa)
 - 186 réparateurs AD ont été formés et équipés sur l'Eco-Entretien
- **Redynamisation de l'offre pneu.** Les volumes de vente de pneus ont progressé de 31%, notamment grâce à la dynamique apportée par l'offre LEAO.
- **Le Parcours Client digitalisé en Carrosserie :** en 2020, 652 enseignes AD carrosserie sont engagées sur le DMS commun, ALPHA SIGMAC ou ALPHA 2A SIGMAC, pour la double activité. Le Réseau renforce ses solutions digitales pour mieux répondre aux attentes de ses clients et à leur mode de consommation : la prise de rendez-vous en ligne (4500 déployés en 2019), le suivi de la réparation (55 000 dossiers), un département suivi et qualité à disposition des conducteurs et réparateurs.

Par ailleurs, une offre très attendue par le Réseau AD Carrosserie concernant l'outil de chiffrage est lancée. Un travail sur les délais de prise en charge, d'immobilisation et de commandes de pièces est effectué. L'ensemble de ces projets permettra de faciliter le parcours digital client.

- **Les accords cadres AD** ont connu une croissance de 5%.
- **Gestion et juridique.** Plusieurs nouveaux outils pour accompagner les adhérents ont été mis en place, parmi lesquels : « Mon assistance juridique AD » (150 juristes à disposition), mediation.net qui accompagne les consommateurs lors d'un litige avec un client (obligation légale), l'outil de gestion OPÉRA pour le réseau AD Mécanique, ou encore le DMS double-enseigne : Alpha 2A Sigmac.
- **Visibilité.** Cinq spots TV ont incarné la nouvelle promesse « AD, c'est sûr ». 1,3 milliard de téléspectateurs ont pu les découvrir (sponsoring de la météo de France 2 et de l'émission « C'est Canteloup » sur TF1). La notoriété assistée du Réseau AD, la plus forte des réseaux multimarques, a atteint le niveau record de **46%**.
- **AD.fr.** C'est 17 500 rendez-vous en ligne et 8 000 sur la plateforme iDGARAGES qui ont été générés en 2019, soit +26% par rapport à 2018, et 3,9 M€ de CA supplémentaire apporté aux réparateurs AD grâce au digital.



Les réparateurs AD à l'honneur

En 2019, les qualités et le dynamisme des réparateurs du Réseau AD ont été reconnus par leurs pairs, avec l'obtention de nombreux prix, tels que : le 1^{er} prix de l'e-réputation en Île-de-France (Grand Prix des Réseaux) pour le garage AD Expert S.Beke Motors de Thiais, le prix « d'As des Réseaux » pour la carrosserie et garage AD et AD Expert Kersuzan à Auray, ou encore l'obtention du « Trophée l'environnement Auto-Eco » pour le garage AD Expert David à Saint Fulgent et aussi les Auto Eco Clean d'Or pour 17 établissements du Réseau AD.

Les projets continuent en 2020

Le Réseau AD se lance de nouveaux objectifs pour l'année à venir. Parmi les grands chantiers :

- Le Réseau se concentrera sur **la gestion de son e-réputation**, incontournable aujourd'hui pour tous les professionnels de service. Le nouvel outil **Critizr**, qui permet de générer et de piloter les avis clients très simplement, sera déployé sur l'ensemble du Réseau. La solution a déjà démontré son potentiel, avec une phase pilote très concluante : les réparateurs participants ont obtenu la note de satisfaction moyenne de 4,71/5.
- **Mieux recruter**, sera également un des enjeux de 2020 pour le Réseau AD. Pour cela, plusieurs accords ont été conclus avec des partenaires référents pour recruter des apprentis et des alternants. Par ailleurs, le Réseau travaille activement à la mise en place d'une solution permettant de mettre en avant l'ensemble des offres d'emplois proposées par les réparateurs du réseau AD et ainsi rendre encore plus attractive notre marque-employeur.
- **Dynamiser les prestations entretien**, premier motif d'entrée atelier, est un des objectifs de 2020. Des forfaits dédiés seront mis en place dès le mois de mars 2020.

- Enfin, 2020 sera ponctuée par de **nombreuses opérations de communication** : grâce à la mise en avant d'offres promotionnelles et forfaits durant la « semaine la plus sûre », un nouveau spot Eco-entretien diffusé à la télévision à partir de juin, ou encore la diffusion d'une [vidéo « manifeste »](#) qui promeut l'engagement du Réseau pour une mobilité durable, abordable et accessible. Le Réseau se donne donc les moyens de son ambition : gagner la Préférence client.



Contacts presse

Alquier Communication

Alison Cerles
01 49 26 92 22 - 06 43 04 51 85
ac@alquiercommunication.fr

Vincent Dujardin
01 49 26 92 22
vd@alquiercommunication.fr

À propos d'Autodistribution

Autodistribution est le leader de la distribution indépendante de pièces détachées Automobile et Poids Lourds en France. Avec plus de 5500 collaborateurs en France, Autodistribution met au service de ses clients son expérience et son savoir-faire de la pièce multimarque Automobile et Poids Lourds. Le Groupe anime 56 distributeurs (filiales et indépendants) répartis sur l'ensemble du territoire, sous la marque Autodistribution. En outre, il contribue directement à la croissance du premier réseau français de garages et carrosseries indépendants (plus de 2100 entreprises) sous l'enseigne AD, ainsi que près de 1000 enseignes Autoprime.

Autodistribution fait partie de PHE, leader de la distribution indépendante de pièces détachées pour Véhicules Légers et Poids Lourds en Europe de l'Ouest, présent en France, en Belgique, aux Pays-Bas, au Luxembourg, en Italie et en Espagne. <https://www.partsholdingeurope.com>.