

4 PAGES
d'ANNONCES
P. 73

LE CAHIER
EMPLOIS &
CARRIÈRES P. 97

VÉHICULES
INDUSTRIELS
P. 153

chaque jeudi

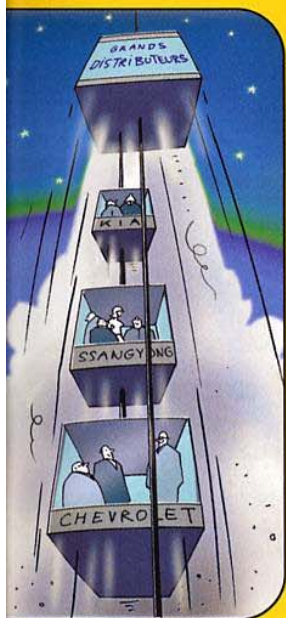
www.argusauto.com

L'argus

de l'automobile et

ÉDITION
PROFESSIONNELLE

DES DISTRIBUTEURS



DE PLUS

EN

PLUS

GROS

Suite de notre dossier sur la distribution automobile en France avec des données inédites sur ses opérateurs. Celle-ci par exemple : aujourd'hui, une centaine d'entre eux possèdent cinq contrats ou plus. Ils étaient une vingtaine, il y a dix ans... **Page 59**

15 000 COTES

- VOITURES P. 114
- UTILITAIRES P. 144
- MOTOS P. 150
- VÉHICULES INDUSTRIELS P. 160
- PRIX DES VOITURES NEUVES P. 106

GARANTIE P. 56



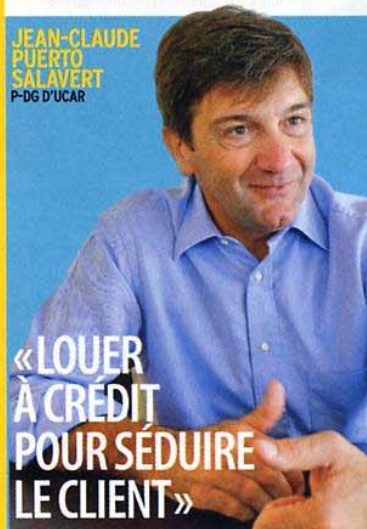
7 ans, comment est-ce possible?

STATISTIQUES P. 64

Le bilan du VN depuis janvier

INTERVIEW P. 54

JEAN-CLAUDE
PUERTO
SALAVERTE
P-DG D'UCAR



« LOUER À CREDIT POUR SÉDUIRE LE CLIENT »

JURIDIQUE P. 70

Attention au statut du conjoint

APRÈS-VENTE P. 68

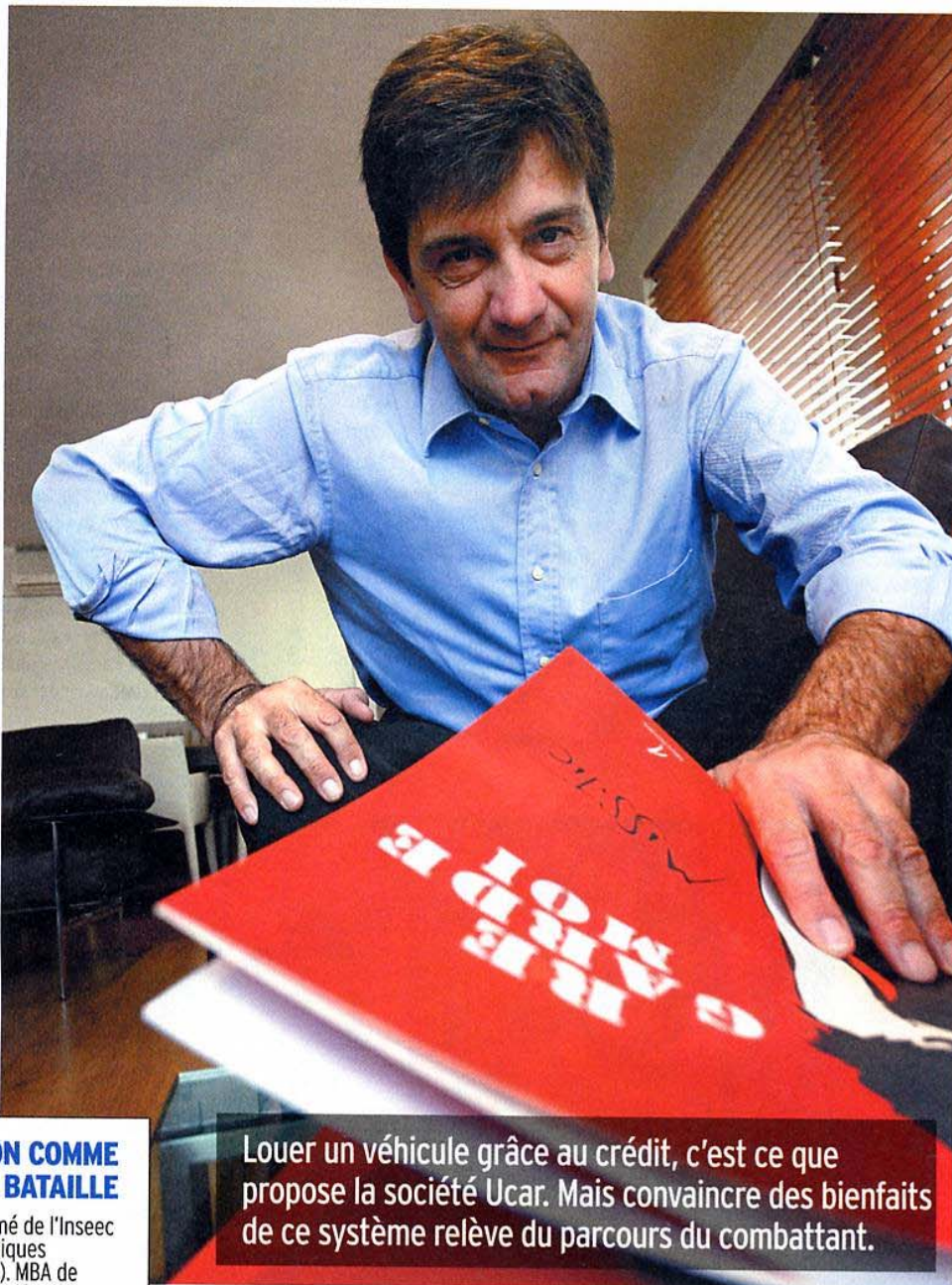
N'oubliez pas la station-service

L'argus de l'automobile - 80^e année - Jeudi 24 mai 2007

Hebdomadaire - n° 4085 - 164 pages
3615 ARGUS (0,35€/min) - ISSN: 0751-5545

2,95 €

« Louer à crédit pour entre



LA LOCATION COMME CHEVAL DE BATAILLE

48 ans. Diplômé de l'Insee (Institut économiques et commerciales), MBA de l'université de Hartford.

Intègre la direction financière du groupe Beghin Say

1988. Relance la marque Ada

1999. Lance la société de location Ucar

2007. Officialise le concept de la voiture « Quand je veux, où je veux »

Louer un véhicule grâce au crédit, c'est ce que propose la société Ucar. Mais convaincre des bienfaits de ce système relève du parcours du combattant.

De courte ou de longue durées: Ucar s'est fait une spécialité de la location de voiture. Son président et fondateur, Jean-Claude Puerto Salavert, n'a de cesse de répéter, depuis presque vingt ans, que la location de voiture représente une réelle alternative à la propriété.

L'argus. Dans les discours de certains, l'automobile devient politi-

quement incorrecte. Ne craignez-vous pas que ce courant vienne porter un nouveau coup à un secteur déjà affaibli?

Jean-Claude Puerto Salavert. Effectivement, je crains cette tendance. C'est la raison pour laquelle nous devons chercher d'autres manières d'utiliser l'automobile. Si notre secteur reste sur une consommation traditionnelle, nous ne pourrons pas défendre l'automobile par rap-

port à des positions anti-auto. Nous allons nous faire laminer. Il faut défendre la voiture en proposant des solutions alternatives, modernes et qui nous rendent plus difficiles à attaquer. Nous croyons à la voiture, bien sûr grâce aux nouvelles technologies mises en place par les constructeurs, mais aussi en imaginant un usage différent.

« Nous proposons aux automobilistes de payer à crédit et d'étaler leurs dépenses »



Ucar vient de lancer la carte « Libre Voiture » qui réunit carte de fidélité et crédit. Comment avez-vous élaboré cette offre?

Dans la logique que la location devienne une alternative à la propriété, parce que la propriété amène à utiliser une voiture qui est toujours mal adaptée. L'automobiliste la choisit pour l'utilisation la plus importante et donc achète une voiture souvent trop grande pour ses besoins quotidiens. Nous pensons que la location est une véritable alternative moins chère que la propriété. C'est la formule la plus économique et la plus écologique. Mais les discours ne sont pas suffisants pour convaincre les Français. On ne fait pas de révolution en parlant. Le vrai changement, on le provoque sur le terrain. Et nous avons créé la carte « Libre Voiture » sur ce principe.

Le concept n'est pourtant pas nouveau. Qu'apportez-vous de plus avec cette carte?

De la reconnaissance et du crédit. Pour la première fois un loueur propose à ses clients de payer à crédit et donc d'étaler ses dépenses de location. Nos chefs d'agences rencontrent les automobilistes à l'occasion de la location d'un véhicule de remplacement, d'un véhicule de déménagement. L'an dernier, 500 000 personnes ont franchi les portes de nos agences et nous avons décidé de leur

ans le quotidien des clients»

proposer plus de services. Notre volonté est d'entrer dans le quotidien des gens. La carte est un processus complet de reconnaissance pour que les clients louent plus régulièrement. Nous allons les habituer à payer mensuellement leur location de voiture. D'abord de courte durée puis progressivement de longue durée.

Les Français rechignent à ne plus posséder leur voiture. Pensez-vous que la clientèle sera au rendez-vous?

Bien sûr. Nos agences exclusives ont effectué durant ces trois dernières années chacune un demi-million d'euros de chiffre d'affaires. Notre concept, dans un contexte concurrentiel très difficile, a fonctionné. Notre objectif prioritaire est de l'accélérer. Nous avons besoin en revanche d'être très proche des clients et pour cela nous devons développer notre réseau le plus vite possible. Nous avons 100 agences exclusives (dont 50 en franchise) et 150 concessions équipées d'un *corner* à la marque du client (Opel Rent, concessions du groupe PGA...). Il faut multiplier par quatre notre dispositif. Mais nous sommes loin d'avoir un réseau de taille suffisante. Nous y travaillons.

« La profession s'est mal comportée avec le client depuis des années »



Combien de cartes avez-vous distribué depuis le début de l'année? 4500 clients la possèdent déjà. La carte est offerte et utilisable instantanément. Mais elle n'a pas qu'une fonction de crédit. Elle peut aussi être utilisée en paiement comptant. Parmi ces clients, de plus en plus l'utilisent dans sa fonction complète, c'est-à-dire pour une voiture citadine toute la semaine et pour des véhicules différents le week-end et en vacances. L'objectif est d'atteindre 50 000 cartes, dont 10 % utilisées en LLD avec un premier palier à 30 000, l'année prochaine.

À plusieurs reprises, vous avez utilisé le droit de faire des publicités comparatives. Poursuivez-vous votre position low cost?

Plus que jamais. D'ailleurs nos slogans publicitaires comparant une journée de location chez Avis à 80 €, chez Ada à 45 € et chez nous à 30 € restent vrais. Nous avons un modèle économique qui nous permet de fonctionner avec 30 % de chiffre d'affaires en moins par véhicule par rapport à nos concurrents. Pendant longtemps, le marché n'a connu que trois ou quatre acteurs qui ont pris de mauvaises habitudes. Depuis des années, la profession s'est mal comportée avec le client particulier et elle le paie, aujourd'hui. La France s'avère être le seul pays où la location est peu développée.

Comment avez-vous construit votre modèle économique?

Nous l'avons bâti à partir des concessions où nous avions très peu de charges fixes. Une fois notre politique tarifaire figée dans la concession, nous l'avons adaptée pour une agence exclusive. En revanche nous sommes obligés d'avoir une logique de volume. Il nous est impossible d'avoir de petites agences et nous devons absolument mélanger la courte et la longue durée.

Il y a dix-huit mois vous avez tenté un rapprochement avec le réseau Rent a Car pour finalement renoncer. Qu'est-ce qui a fait échouer les discussions?

Le prix. Nous n'avons pas trouvé d'accord. Cette opération nous a coûté cher et presque un an sur le développement d'Ucar. Mais je ne regrette rien. Finalement notre croissance sera peut-être plus simple. Il est plus difficile d'entrer sur un marché à partir de zéro, mais le développement organique coûte moins cher que le rachat. Il est aussi plus facile d'intégrer des franchisés, vierges de toute autre culture, que d'essayer de changer les habitudes déjà ancrées.

Propos recueillis par Catherine Leroy
PHOTOS Élise Sévère

À LA RECHERCHE DE CHEFS D'ENTREPRISE

MULTIPLIER LE NOMBRE D'AGENCES

par quatre le plus vite possible ne peut se faire sans passer par la franchise. Et c'est un des moyens de développement privilégié par Jean-Claude Puerto Salavert. « Nous étions présents au Salon de la franchise en mars. Je suis toujours frappé par l'angoisse des personnes que nous pouvons croiser. Le niveau d'exigence est devenu tel dans les entreprises que la souffrance est très importante. La structure individuelle représente une alternative à l'emploi salarié. » Une société comme Ucar recherche trois types de profils : des cadres

supérieurs, d'anciens salariés de la grande distribution, ou des commerçants en reconversion dans une autre activité. Les jeunes constituent aussi une catégorie d'investisseurs que Jean-Claude Puerto Salavert cherche à attirer. « J'aimerais recruter des personnes de 25 à 30 ans. Malheureusement, nos partenaires banquiers nous ont imposé une barrière impossible à franchir pour ces jeunes : des fonds propres atteignant 100 000 €. C'est beaucoup trop. Et nous savons que l'on peut réussir avec la moitié. D'ailleurs nous testons dans des petites villes un format d'agences nécessitant 50 000 € de fonds propres pour environ 40 à 50 voitures. Si les tests marchent, nous pourrions attirer de plus jeunes chefs d'entreprise. »

UNE FLOTTE MULTIPLIÉE PAR QUATRE EN TROIS ANS

Flottes	Location de courte durée	Location de longue durée	Agences	Chiffre d'affaires (millions d'€)
2002	2 900	non	150	17,3
2003	8 000	2 000	220 (50*)	47
2006	9 000	3 000	250 (100*)	55



(*) nombre d'agences exclusives Ucar. Les autres existent soit sous le nom d'Opel Rent soit dans les concessions du groupe PGA.



UN CAPITAL BIEN PROTÉGÉ

(Répartition du capital d'Ucar)

J-C Puerto et le management
78 %

Ucar a réalisé un résultat net de 500 000 € en 2006.

