

merce

sites Internet parten

s, des opérateurs Internet proposent aux concessionnaires véhicules neufs par leur intermédiaire. Les concessionnaires y trouvent une nouvelle voie de commercialisation.

Jusqu'à présent, seuls les mandataires avaient sauté le pas de l'Internet. Mais les concessionnaires sont en train de les rejoindre, en s'appuyant sur des opérateurs du web avec lesquels ils ont noué un partenariat. Ils estiment en effet que les mandataires ne seront jamais totalement en odeur de sainteté auprès des consommateurs, même si certains sont auxiliaires des distributeurs hexagonaux, afin d'écouler des surstocks. De plus, ils sont convaincus que la décision d'achat peut se prendre ailleurs que dans les magasins d'exposition et que d'autres chemins s'ouvrent aux *desiderata* de nouveaux acheteurs.

A la différence des mandataires, ces sociétés ne fonctionnent pas par mandat.



Guillaume Paoli

Intermédiaires entre acheteurs et membres des réseaux, ils se positionnent comme les « alliés » des concessionnaires, qui en général finalisent la transaction. Ils prétendent les aider à atteindre leurs quotas en jouant avant tout le rôle de déstockeurs et en se déterminant comme « place de marché où proposent leurs véhicules à prix réduit ».

Ligne de démarcation. Dans ce registre, Philippe Laurent revendique le statut de pionnier. Il a créé dès 1987 une société de vente par Minitel. Après avoir approvisionné

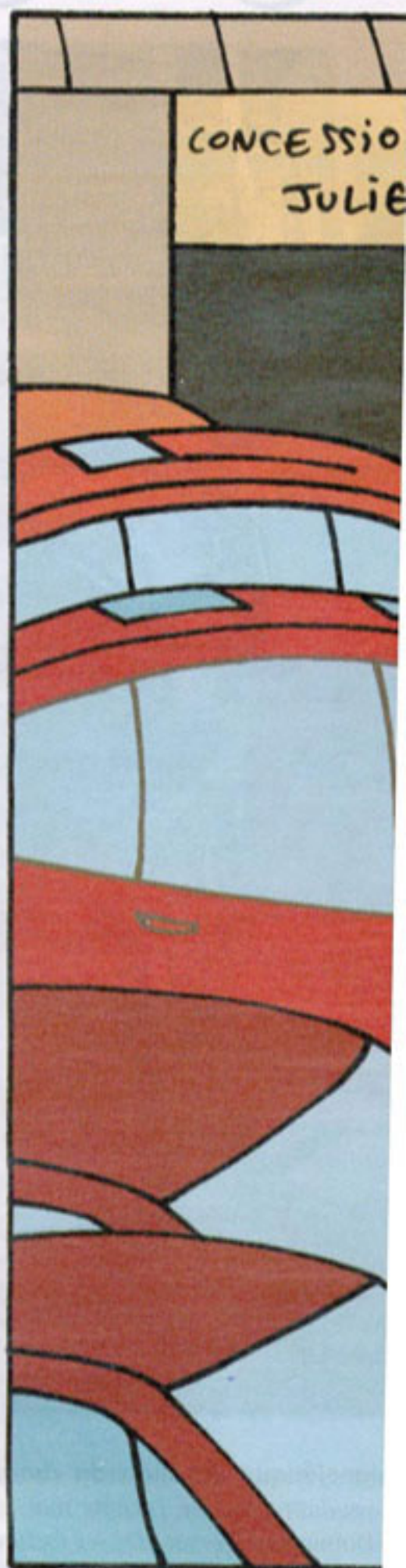
les grands comptes (Camif, Maif), il s'est installé sur Internet en octobre 2004 et s'est orienté vers le grand public. Sous la marque **Concession Direct**, il met en ligne « de 3 500 à 3 700 voitures disponibles de suite chez le concessionnaire, identifiées par leurs couleurs, leurs options... » Il place les acteurs de la vente de part et d'autre d'une ligne qui fixerait l'interdit: « Vendre en dehors des concessionnaires revient à se situer au-delà de la limite même si ces acteurs en restent proches. Nous préférons demeurer du bon côté, dans tous les sens du terme. »

Une philosophie partagée par Guillaume Paoli, qui a fondé, avec Nicolas Chartier, à la fin de 2001, la société Aramis (six agences en France). Si elle s'approvisionne sur le

« Renault a le souci d'améliorer ses résultats. Si Internet y contribue, c'est positif »

marché français, le P-DG reconnaît qu'elle fait aussi office de mandataire. Il a donc créé depuis **Concession Direct** (1) qui joue le rôle de « courtier » et propose des véhicules « 100% d'origine française ».

Ces sociétés ne veulent pas se substituer aux professionnels de la distribution: « Nous disons aux professionnels qu'il y a d'autres façons de vendre, explique Guillaume Paoli. Internet est notre métier. Nous savons concevoir des applications, nous attirons des acquéreurs potentiels en créant une vitrine multi-marques. 100 000 acheteurs potentiels visitent notre hall virtuel contre quelques milliers chez vous. Proposez des véhicules, nous vous aidons



Non, mais il n'en éprouve aucune « dans la mesure où le partenaire we

cteurs face à la mutation

Individuellement, des membres de Reagroup et des concessionnaires privés

Internet. « Notre réseau est libre de faire la promotion de ses offres comme il l'entend »,