



# Le nouveau visage de l'après-vente automobile

Transition du parc roulant, montée du e-commerce, maintenance prédictive...  
quels sont les prochains modèles de l'aftermarket ?

# Sommaire

<b>Synthèse</b>		
<b>1</b>	<b>Contours et segmentation du marché</b>	<b><a href="#">27</a></b>
<b>2</b>	<b>Dynamique du marché de l'après-vente automobile et évolutions de la réglementation</b>	<b><a href="#">38</a></b>
2.1	Taille et performance du marché sur 5 ans	<a href="#">39</a>
2.2	Des perspectives incertaines	<a href="#">46</a>
<b>3</b>	<b>Analyse des principaux segments de marché des pièces et accessoires</b>	<b><a href="#">48</a></b>
<b>4</b>	<b>Cartographie des forces en présence sur le marché de l'aftermarket</b>	<b><a href="#">70</a></b>
4.1	Panorama de la distribution sur le marché de l'après-vente	<a href="#">71</a>
4.2	Les réseaux des constructeurs	<a href="#">81</a>
4.3	Les réseaux multimarques des distributeurs-stockistes	<a href="#">91</a>
4.4	Les réseaux multimarques des équipementiers	<a href="#">94</a>
4.5	Les centres auto et enseignes de réparation rapide	<a href="#">101</a>
4.6	Les réseaux spécialisés dans le vitrage et les pneumatiques	<a href="#">117</a>
4.7	Les pure players Internet	<a href="#">129</a>
<b>5</b>	<b>Les innovations technologiques réinventent l'expérience client dans l'après-vente automobile</b>	<b><a href="#">136</a></b>
5.1	Le digital, game changer dans l'après-vente	<a href="#">137</a>
5.2	Benchmark des outils digitaux déployés par les réseaux	<a href="#">139</a>
5.3	L'entretien connecté : le nouveau visage de l'après-vente	<a href="#">154</a>
5.4	Les intermédiaires : nouveaux venus dans le paysage	<a href="#">162</a>
	<b>Annexes</b>	<b><a href="#">166</a></b>
	Pour aller plus loin...	<a href="#">167</a>
	Vos contacts	<a href="#">168</a>

# 1. Contours et segmentation du marché

## L'aftermarket : de la distribution des pièces aux prestations de services

Le secteur de l'après-vente automobile regroupe l'ensemble des activités liées à :

- la distribution des pièces détachées destinées à remplacer les pièces de première monte en cas d'usure ou de panne, des équipements et des accessoires automobiles,
- les services de pose, d'entretien et de réparation du véhicule.

Ces activités s'inscrivent soit dans le cadre du contrat de garantie soit dans le cadre de prestations sorties du contrat de garantie.

### Organisation du marché de l'après-vente automobile

Source : Les Echos Etudes



# 1. Contours et segmentation du marché

## Des logiques d'achat multiples

L'achat de pièces de remplacement peut répondre à différentes motivations : de l'achat de nécessité (pour une réparation) à l'achat « de confort », destiné à améliorer le confort du véhicule, son aspect ou sa performance.

Pour les acteurs de l'après-vente, les stratégies commerciales et marketing à mettre en œuvre seront donc différentes. Pour les achats de remplacement, en cas de panne par exemple, la demande est souvent captive et se prête moins facilement à la mise en concurrence et à la comparaison des prix que pour l'achat des produits de renouvellement, de confort ou d'embellissement.

### Segmentation du marché de l'après-vente automobile

Source : Les Echos Etudes

