

## Le marché de l'après-vente automobile français évolue avec une concurrence grandissante

La pression de la concurrence se fait de plus en plus sentir sur le marché de l'après-vente auto en France, selon un rapport publié par les Échos Études. D'un côté, les acteurs doivent batailler pour l'accès aux données, un point sur lequel les constructeurs gardent l'avantage actuellement. Ils doivent également faire face à l'arrivée des acteurs du commerce en ligne.

Depuis 2014, le marché de l'après-vente profite d'une croissance soutenue en France, avec une hausse moyenne de 5,4 %. Il s'agit là des estimations des experts de l'institut d'études de marché Les Échos Études.

*Cette progression s'accélère nettement en 2017, accompagnée toutefois d'une hausse des tarifs due aux coûts des prestations et des pièces qui augmentent perpétuellement.*

En même temps, les acteurs du secteur doivent faire face à une concurrence toujours plus rude sur plusieurs plans. Progressivement, différentes mutations apparaîtront au sein du secteur et de nombreuses opportunités naîtront de ces changements.

### Une nouvelle forme de concurrence

Sur le marché de l'après-vente automobile, l'évolution des technologies ouvre la porte à de nouvelles opportunités. **Grâce aux solutions technologiques connectées, il est effectivement possible de développer une large gamme de nouveaux services, à l'instar de la maintenance prédictive ou du diagnostic mené à distance.**

Cet écosystème favorise l'apparition d'une nouvelle forme de concurrence sur le marché : celle de l'accès aux données.

À cet égard, **les constructeurs possèdent un certain avantage.** Pourquoi ? Parce que les systèmes de connectivité dont sont équipés intégrés à leurs véhicules leur permettent une maîtrise totale quant à l'accès aux données.

Les acteurs indépendants ne comptent cependant pas se laisser faire. Certains ont ainsi développé des équipements de connectivité pour les véhicules qui n'en possèdent pas à l'origine. Parmi ces acteurs figure Mobivia qui propose depuis 2016 un **carnet d'entretien digital.**

**Le développement de ces technologies connectées a également ouvert le marché à de nouveaux acteurs** tels que Drust, WayKonec ou Ocean. Ces enseignes mettent en avant des solutions de gestion de flotte en ligne. Elles constituent ainsi une menace pour les acteurs historiques mais se présentent également comme d'éventuelles cibles pour ces derniers.

Quoi qu'il en soit, le Ceca (Conseil européen du commerce et de la réparation automobile) propose une solution face à la situation. Il préconise notamment un accès équitable aux données, en utilisant une plateforme neutre.

## Des mutations profondes attendues

Le marché de l'après-vente se trouve par ailleurs affecté par l'essor de l'e-commerce. Aujourd'hui, les pièces détachées se vendent en ligne, au même titre que l'assurance auto. Amorcée par l'arrivée de sites spécialisés tels que Oscaro ou Yakarouler, cette tendance s'est accentuée avec le développement des services d'Amazon en 2014.

**Les acteurs historiques de l'après-vente doivent ainsi faire face à des plateformes qui se démarquent par une gamme de produits suffisamment riche et une connaissance pointue du parcours d'achat sur le Web.** Leur essor a d'ailleurs contraint certains acteurs traditionnels à lancer leur propre transformation digitale.

Tel est le cas de PSA qui a acquis Mister Auto en 2015. De même pour Autodis Group qui a repris Oscaro en 2018. Sans mentionner Carrefour qui a étoffé son offre de services via un site spécialisé.

*Récemment, le marché français a également vu l'arrivée d'un opérateur d'origine allemande, Daparto, qui référence 20 millions de pièces et d'accessoires VL.*

Le marché de l'après-vente se doit ainsi d'évoluer avec les mutations qui affectent le secteur et le parc automobile. D'ailleurs, **avec le développement du mix entre l'essence et le diesel mais aussi en raison de la multiplication des véhicules électriques et des hybrides, il est probable que les besoins en réparation changeront avec le temps.**

Certes, ces nouveaux modes de conduite demandent peu de maintenance ; toutefois, ils font appel à plus de technicité. Et sur ce point, les réseaux affiliés aux constructeurs ont un avantage.

Sur le long terme, l'arrivée des véhicules autonomes pourra également apporter son lot de transformations, qui affecteront autant ce marché.