

# Carflex, le positif repousse le négatif



À l'image du réseau Axial, apparu il y a trente-trois ans, le jeune groupement Carflex joue la carte de la solidarité entre carrossiers pour se donner les moyens de durer face aux menaces du marché. Mot d'ordre : l'optimisme.

PAR FABIO CROCCO

▲ En avril, Carflex a organisé ses rencontres inter-carrosseries Innovaflex à Lille.

**P**our la quatrième fois depuis sa création en 2010, l'association de carrossiers Carflex a organisé au mois d'avril ses rencontres inter-carrosseries Innovaflex. Après Lyon en 2017, la dernière édition s'est déroulée à Lille. Un secteur géographique qui reste à conquérir pour le groupement, dont les adhérents sont à ce jour plutôt implantés sur la partie est de la France.

La manifestation, qui a rassemblé une quarantaine de professionnels, a été l'occasion pour Carflex de rappeler son indépendance vis-à-vis des industriels. « Carflex ne regroupe que des chefs d'entreprises de carrosserie. Il ne répond qu'à un

seul objectif, celui de pérenniser les ateliers et non pas d'enrichir une quelconque structure » a indiqué d'emblée Matthieu Rochegude, son secrétaire général. Le groupement se définit comme une tribu qui ne souhaite se voir imposer aucune règle extérieure mais désireuse de se rassembler autour de valeurs comme le partage et l'optimisme.

### S'appuyer sur ses atouts pour saisir les opportunités

Chez Carflex, les contraintes du marché de la réparation-collision doivent être perçues comme des opportunités d'évolution. « Le carrossier doit être un acteur de son marché, et non pas un figurant », estime le responsable. « Nous ne

sommes pas là pour juger le marché et son évolution mais pour s'y adapter et trouver les bonnes solutions » rajoute Éric Pintat, président de Carflex. Et c'est tant mieux car le marché de la réparation-collision connaît de profonds changements structurels. Ventes de véhicules aux particuliers qui déclinent (-18 % en dix ans), évolutions technologiques qui freinent l'accidentologie et qui favorisent les réseaux de marque, connectivité qui rend la réparation captive, baisse des aides à la formation, profession vieillissante, marché de la carrosserie qui se tasse, concentration des acteurs..., l'avenir s'assombrit pour les acteurs traditionnels, qui ne pèsent que 27 % de part de marché. « La libéralisa-

### EN CHIFFRES

- 2010 : date de création (statut S.A.)
- 63 adhérents à date (73 sites de carrosserie)
- 20 actionnaires Carflex
- 43 Reflex (format d'entrée dans la communauté)
- 660 salariés
- 80 millions d'euros de CA cumulé
- 85 000 sinistres gérés par an
- 20 millions d'achats générés par la centrale.



▲ Une partie de l'équipe dirigeante de Carflex. De gauche à droite : Matthieu Rochegude, Frédéric Monnin, Laurent Zammit, Pierre Metiffiot et Éric Pintat.

tion des pièces de carrosserie est un autre sujet d'inquiétude. Elle aura des conséquences sur les marges et va nous obliger à revoir notre modèle. Aucune carrosserie ne peut vivre plus de six mois sans sa marge sur les pièces » alerte Laurent Zammit, directeur général de Carflex.

S'ils souhaitent avoir l'esprit Carflex et rester positifs, les carrossiers peuvent toujours s'accrocher au fait que le parc roulant continue de progresser et que s'offrent à eux de nouvelles opportunités d'affaires comme la remise en état des véhicules en retour de location et la diversification vers d'autres prestations : mécanique d'entretien, cosmétique hors assurance, restauration de véhicule historique, location, réparation de pare-brise, vente de VO accompagnée de leur reconditionnement. À leur avantage aussi, le fait qu'ils restent compétitifs en termes de prix et profitent de la confiance de leurs clients. « Les carrossiers sont les derniers interlocuteurs physiques des assurés. C'est un atout prodigieux », pointe Matthieu Rochegude.

L'annonce de la DGCCRF, qui se penche actuellement sur les relations entre les assureurs et leurs ateliers jugés déséquilibrées, constitue une autre bonne nouvelle. « Le modèle des agréments aujourd'hui ne tient plus. Il va dans le mur et exploser en plein vol du fait de la pression exercée sur l'achat de la main-d'œuvre qui limite dangereusement les besoins de fonctionnement des entreprises », rapporte Laurent Zammit. Enfin, une autre

actualité donne le sourire à la profession : la plainte déposée par le CNPA auprès de la Commission européenne pour dénoncer le rôle trop économique des experts.

actualité donne le sourire à la profession : la plainte déposée par le CNPA auprès de la Commission européenne pour dénoncer le rôle trop économique des experts.

### Un contenu digne des grands réseaux

L'un des messages passés lors de la rencontre a été d'indiquer que, face au contexte, le carrossier ne doit plus être qu'un simple réparateur, mais un chef d'entreprise aux multiples facettes. Il lui faut savoir administrer, acheter, vendre, communiquer, anticiper l'avenir mais surtout gérer un sinistre au sens large. Pour accompagner ses adhérents dans cette mutation, le groupement a mis en place le programme « Virage » avec comme objectifs celui de mieux acheter, d'optimiser leurs marges, de regagner de la capacité financière, de comparer leurs performances et de partager leurs idées.

Le programme propose des solutions de relation client, de communication (création d'un site internet avec des outils d'assistance sinistre et de demande de devis/rendez-vous en ligne) et de mesure de la satisfaction de leurs clients particuliers (le groupement ne propose pas d'accords grands comptes). La communication va s'étendre sur les écrans de cinéma, les réseaux

sociaux et une application mobile à venir. La tribu profite de même de l'intranet MyCarflex. Il fait office de tableau de bord pour ce qui concerne les achats en proposant du reporting, une comparaison avec les autres membres et des envois vers les fournisseurs de fiches d'anomalie si besoin.

La centrale de référencement reste la clé de voûte de l'organisation. Elle génère chaque année 20 millions d'euros d'achats (pièces, peinture et services). Carflex tire ses moyens principalement des remises de fin d'année et dans une moindre mesure des cotisations (entre 1 000 et 2 500 euros par an selon le CA de l'atelier). « Nous avons une bonne discipline d'achat, mais le potentiel est double. Nos conditions sont très bonnes du fait d'une analyse très fine et permanente des besoins et des offres pratiquées par les fournisseurs locaux de chaque adhérent » affirme Pierre Metiffiot, cofondateur de Carflex.

Mais pas si simple de faire changer les habitudes d'achat des réparateurs dans un contexte où le prix ne fait pas tout. MyCarflex est aussi un outil de suivi des ratios de performance poste par poste. Il propose entre autres trois calculatrices de mesure de rentabilité pour ce qui touche l'achat/vente de pièces de réemploi, les agréments et la décision de remplacer ou de réparer un élément. L'intranet offre de plus un onglet d'assistance et de partage entre les adhérents (stocks, conseils, astuces en vidéo, etc.). Autre solution appréciée des membres : Eyeflex. Elle permet, via une application mobile, de simplifier la prise de photos et leur gestion administrative (envois, classement et rattachement à un dossier de sinistre).

Côté formation, le groupement, qui collabore avec l'Anfa et le GNFA, propose des sessions à distance (webiflex) et réfléchit à la mise en place d'une école. Innovaflex est aussi l'occasion de découvrir des équipements sélectionnés par le groupement avant tout pour leur intérêt technique, sans la barrière du référencement commercial, comme ce peut être le cas chez les groupements de distribution qui pilotent des enseignes de garages. « Ce ne sont pas les distributeurs qui nous dictent le choix de l'outillage », conclut Pierre Metiffiot. ■

▼ Matthieu Rochegude, secrétaire général de Carflex.



### L'AVIS DU PRO

« Carflex ne regroupe que des chefs d'entreprise. Il ne répond qu'à un seul objectif, celui de pérenniser les ateliers. »