

■ marché | VO

DECISIONATELIER.COM



◀ La plate-forme Zanzicar du groupe Parot digitalise à 100 % la vente de véhicules d'occasion.

Parot à l'assaut des ventes entre particuliers

Le groupe familial a mis en place un plan de croissance quinquennal qui fait la part belle au véhicule d'occasion. Le distributeur automobile entend notamment capter une partie des transactions réalisées entre particuliers. Digitalisation et offres de service sont au cœur de sa stratégie.

PAR SAÏDA DJERRADA

Le groupe Parot est atypique dans le paysage français, notamment parce qu'il est le seul distributeur de véhicules à être coté en Bourse. Afin d'avoir toujours un « coup d'avance », notamment sur le marché du véhicule d'occasion, l'entreprise familiale a créé en juillet 2017 Zanzicar, une plate-forme en ligne de vente 100 % digitale de véhicules d'occasion destinée au grand public. Ce lancement intervenait dans le cadre de sa stratégie quinquennale mise en place en 2015, baptisée le plan 2020. Constitué de trois axes, le plan prévoit de développer la partie concessionnaire sur les ventes de VN et l'après-vente, de déployer son marché VO et enfin digitaliser son métier notamment par le biais de Zanzicar. Le groupe innove à ce moment-là en effet en proposant une forme de transaction inédite dans le paysage national : entièrement digitale, elle va au-delà de sites vitrines Web to store. « Nous nous sommes inspirés d'un pure player américain,

Carvana, qui est passé en très peu d'années de 400 à 40 000 ventes de VO dans l'ouest des États-Unis » indique Alexandre Parot, P-DG du groupe éponyme. Et le parcours d'achat entièrement digitalisé, le groupe Parot y croit. « Qui peut dire aujourd'hui que le véhicule est le seul bien qui ne s'achète pas en ligne ? Il y aura toujours des ventes physiques, des ventes Web to store, et ce nouveau canal va petit à petit s'imposer comme un biais complémentaire », commente Alexandre Parot. Le groupe entend vendre 12 000 véhicules à l'horizon 2020 de cette façon. Selon le dirigeant, Zanzicar s'adresse à une clientèle qui ne souhaite pas se rendre en concession mais qui n'est pas rassurée par les ventes entre particuliers. Car c'est bien là le cœur de la stratégie du déploiement de son marché VO : capter les ventes entre particuliers.

Un potentiel de 2 millions de véhicules « intéressants »

« Je n'accepte pas que deux tiers des ventes échappent aux professionnels », lâche le responsable. En effet, sur les 5,7 millions de changements de mains réalisés sur le marché français, plus de 3,5 millions de transactions sont le fait de particuliers. Le P-DG estime que, sur cette part, environ 2 millions de véhicules sont susceptibles d'intéresser les professionnels, dont le

groupe familial. L'activité VO constitue une grande partie de ses ventes : sur les 20 093 véhicules que le distributeur a vendus en 2017, 11 586 sont des VO. « Nous vendons à peu près 15 VO pour 10 VN, ce qui est un ratio plutôt élevé dans la profession, où l'on tourne plutôt autour de 8 VO pour 10 VN », détaille le dirigeant. Le groupe Parot compte poursuivre cette tendance mais toujours sur les

Qui peut croire que demain tous les biens se vendront en ligne, sauf les véhicules d'occasion ?

véhicules de moins de 6 ans. « On constate dans nos bilans que la part des véhicules récents est en croissance, mais nous sommes présents sur tous les segments », indique Alexandre Parot. Niveau chiffre d'affaires, le groupe familial est passé de 399 millions d'euros en 2016 à plus de 440 millions en 2017 et vise 600 millions d'euros à l'horizon 2020. Pour poursuivre sa croissance, l'entreprise mise donc sur la digitalisation, mais aussi sur le déploiement de services tels que la LOA et les contrats d'entretien. En outre, elle ne s'interdit pas de faire de Zanzicar une place de marché pour vendre les stocks de ses confrères ou d'ouvrir la plate-forme aux transactions entre particuliers. ■

LE CHIFFRE

11 586

Nombre de VO que les concessionnaires du groupe ont vendus en 2017.