



Citroën Dallard. Le groupe auto lance de nouveaux services

• Après les changements de logo et de slogan décidés par la marque aux chevrons en 2009, le groupe Citroën Dallard veut aller plus loin en investissant deux millions d'euros dans la réorganisation complète de ses concessions de Toulouse, Muret et Saint-Gaudens.

Philippe Dallard a la réputation d'un patron « dur à joindre ». En cette rentrée de septembre, il est encore moins disponible qu'à l'accoutumée. Mais on le comprend mieux quand on sait sur combien de fronts le P-dg du groupe Citroën Dallard est engagé. En temps normal, le lancement de la DS5 - premier véhicule hybride diesel de la marque -, annoncé pour novembre, aurait déjà accéléré le rythme d'activité de ses concessions de Toulouse, Muret et Saint-Gaudens. Avec la poursuite du renouvellement de l'image souhaité par le constructeur, la création d'un Business Center à Montaudran, le lancement du service Mobility by Dallard, l'entreprise se prépare un second semestre sur les chapeaux de roues ! La fin du premier avait été marquée par la remise, le 14 juin, du Trophée du manager PME à Philippe Dallard par la CGPME 31 et la Caisse d'épargne Midi-Pyrénées, suivie, quinze jours plus tard, des résultats des 12^e Masters, organisés par la magazine Auto Infos et PricewaterhouseCoopers. Citroën Dallard y a été récompensé pour son activité hors véhicules neufs, dans la catégorie des groupes de distribution privés indépendants fran-

çais, livrant moins de 5.000 véhicules neufs par an. Une double reconnaissance que ne boude pas le dirigeant, conscient de l'importance de l'image dans sa profession. « C'est un marché très concurrentiel où, pour exister, il faut se démarquer », juge-t-il. Une logique dans laquelle s'inscrivent bien sûr les changements de logo, de slogan (« Créative technologie ») et de labels (Citroën Select pour l'occasion, Citroën Business pour les professionnels) décidés par la marque aux chevrons en 2009. Tout le réseau s'est ainsi engagé à passer aux nouvelles normes sous cinq ans, avec des showrooms plus clairs, des zones de vente, d'ateliers et d'après-vente mieux identifiées.

2 M€ de travaux sur les trois concessions

Mais si la communication est un vecteur clé - le groupe y consacre d'ailleurs près de 200.000 euros par an -, Philippe Dallard mise encore plus sur la relation de proximité avec son client final. C'est la raison pour laquelle il a voulu aller plus loin que ce que préconisait Citroën en matière de modernisation. « Nous investissons près de 2 M€ dans la réorganisation de nos trois concessions, toute la difficulté



À la tête de l'entreprise familiale depuis 2005, Philippe Dallard se positionne « sur un marché très concurrentiel où, pour exister, il faut se démarquer. » Lui mise avant tout sur la proximité avec son client final.

étant de poursuivre l'exploitation pendant les travaux, qui s'étaleront de mi-septembre à fin décembre », explique le P-dg. À Montaudran, l'idée générale est de créer des pôles d'activité, facilement identifiables et répondant chacun à un besoin client. Principale nouveauté : la création d'un Business Center, regroupant les commerciaux et techniciens dédiés aux clients entreprises. « Depuis la crise de 2008, les entreprises avaient gelé leurs acquisitions de véhicules. Aujourd'hui, elles tendent à réinvestir donc nous devons nous différencier par notre proximité et notre réactivité. » Outre cette nouveauté, Philippe Dal-

lard annonce la refonte du site Internet du groupe pour ouvrir, courant septembre, un accès réservé à ses clients qui pourront ainsi communiquer avec chaque service, prendre un rendez-vous, commander des accessoires et, à terme, les payer en ligne.

« La mobilité va révolutionner notre métier »

En parallèle, un autre dossier l'occupe pleinement : « Mobility by Dallard ». « La mobilité est, selon moi, le vrai sujet de demain, celui qui va révolutionner notre métier de distributeur. » D'où son idée d'élargir son offre avec un nouveau servi-

ce. « Il s'agit de permettre à chaque client du groupe de bénéficier d'un véhicule de substitution. La première application, évidente, c'est lors d'une réparation. Si un professionnel aura plutôt besoin d'un véhicule de remplacement de même catégorie que le sien, un particulier, vivant en centre-ville, préférera peut-être un scooter ou un vélo électrique pour se déplacer facilement. » Et de poursuivre : « À travers la carte Mobility by Dallard, qui fonctionnera selon un système de points, nous voulons aussi permettre à un client qui a acheté une petite voiture de s'offrir une familiale pour ses vacances. Ou de louer un camion pour son déménagement. À celui qui roule toute l'année en grosse berline de partir en cabriolet pour un week-end, etc. Cela ressemble un peu à de la location mais à des tarifs bien moindres et réservé uniquement aux clients de nos concessions. » Reste à définir le bon modèle économique : c'est ce à quoi Philippe Dallard s'emploie aujourd'hui, avec l'objectif de proposer ce service dès le début de l'année 2012. D'ici là, rien ne dit qu'il n'aura pas engagé d'autres nouveaux chantiers. « Une chose est sûre : le groupe veut se développer. » S'il dit être attentif à ce qu'il se passe du côté de Citroën mais aussi d'autres marques, il ne dément ni ne confirme la rumeur d'une diversification hors distribution automobile...

Aline Gandy

GRUPE DALLARD

(Toulouse)
Dirigeant : Philippe Dallard
150 salariés
CA 2010 : 84,9 M€
pdallard@groupedallard.fr

ÉTAPES

1973

Création de l'entreprise par Guy Dallard, à Muret

1984

Implantation à Saint-Gaudens et Ramonville

1992

Déménagement de la concession de Ramonville à Montaudran

2005

Philippe Dallard devient P-dg du groupe

2011

Réorganisation des trois concessions pour un coût total de 2 M€

LE MARCHÉ

Avec trois concessions, 5.146 véhicules vendus en 2010 pour un CA de 84,9 M€ (1% de rentabilité), le groupe Dallard revendique le statut de plus gros opérateur Citroën sur la région. À Toulouse, il cohabite avec la succursale de la marque aux chevrons, positionnée sur les mêmes marchés que lui (véhicules neufs et d'occasion, service après-vente, pièces de rechange). À l'échelle nationale, le groupe fait figure de « petit » acteur de la distribution automobile privée indépendante, dans un contexte général de rapprochements entre concessions d'une même marque ou de marques différentes.

Expertise Comptable - Audit - Conseil

BGH
EXPERTS & CONSEILS

11 agences / en région toulousaine
QUALITÉ - PROXIMITÉ - SERVICE - INNOVATION

Ensemble, traçons la voie de votre succès.

Fiscal
Social
Juridique
Comptabilité
Organisation
Gestion
Système d'informations
Ressources humaines
Assistance aux contrôles
Audit légal et contractuel

Vous pouvez compter sur nous.

www.bgh.fr

