

L'étude de référence sur :

Entretien, réparation et distribution d'équipements automobiles

Quelles stratégies de riposte face aux mutations du marché ?

La situation du secteur de l'entretien, de la réparation et de la distribution d'équipements automobiles va imposer une inflexion des stratégies et une restructuration en profondeur de la profession. En effet, le modèle artisanal sur lequel reposaient ces marchés, semble avoir atteint ses limites. L'offre en place est aujourd'hui mature et banalisée, conduisant à un secteur saturé au sein duquel les possibilités de gains de part de marché sont de plus en plus limitées. A cela s'ajoutent des facteurs structurels bridant les opérateurs dans leurs perspectives de croissance : durcissement de la politique routière avec pour conséquence moins d'usure et d'accidents, pièces et véhicules plus fiables, contrôle technique arrivé à maturité, etc. De difficile, la situation est en passe de devenir critique avec la dégradation avérée de la conjoncture économique.

Même si leur situation est moins délicate que celle de la construction et la distribution de véhicules, les acteurs de l'entretien, de la réparation et de la distribution d'équipements vont devoir repenser leur métier pour faire face aux nouvelles conditions de marché. Les hausses de prix successives sur lesquelles ils se sont appuyés des années durant pour maintenir leur croissance, ne pourront pas continuer *ad vitam aeternam* ou devront être mieux légitimées pour être acceptées par un client devenu hyper sensible au prix. La période à venir va ainsi être marquée par un report des dépenses d'entretien et de réparations non essentielles et surtout par des arbitrages entre les différents réseaux en vue d'obtenir le meilleur rapport qualité/prix. Toutes les conditions sont par ailleurs réunies pour voir l'émergence d'offres low cost.

Dès lors, compte tenu des possibilités de diversification structurellement limitées, l'analyse menée par Precepta montre l'urgence pour les professionnels de l'entretien, de la réparation et de la distribution d'équipements automobiles de se focaliser sur deux axes stratégiques majeurs :

- **L'optimisation des différents maillons de la chaîne de valeur.** Parmi les compétences clés pour s'imposer face à la concurrence : de bonnes conditions d'approvisionnement et une gestion des stocks irréprochable. La maîtrise des évolutions et des outils technologiques sera également primordiale. La complexification du parc roulant imposera un choix inéluctable : « s'équiper ou mourir ».

- **La clarification du positionnement de l'offre reposant sur la mise en œuvre de stratégies d'identité forte.** Dans un contexte de marché saturé, la différenciation (hauteur de gamme, type de services proposés, positionnement prix...) apparaît comme un impératif. En marge du positionnement choisi, les opérateurs devront également s'appuyer sur une stratégie identité/image cohérente. L'analyse révèle pourtant un retard important dans ce domaine : peu de slogans percutants, similitude des discours marketing axés sur l'argument générique du leadership, multiplicité des prétentions sans rapport avec la réalité de l'offre, etc.

Au-delà de ces deux facteurs clés de succès, il ne faut pas perdre de vue que les possibilités de riposte des opérateurs dépendent également de leur capacité d'innovation en matière de stratégie de développement. Les modes de croissance apparaissent clairement distincts selon chaque catégorie d'acteur :

☞ Les **centres automobiles** (Norauto, Feu Vert, Rody...) et les **spécialistes de la réparation rapide** (Speedy, Midas...) sont incontestablement ceux s'appuyant sur les stratégies de croissance les plus dynamiques et les plus variées. Ils arbitrent en permanence entre croissance externe, croissance organique et développement en franchises pour : accroître leur maillage à l'échelle nationale, se développer à l'international et pénétrer de nouveaux segments (vitrage...).

☞ Acteurs majeurs du marché de la réparation, de l'entretien et de la distribution d'équipements, les **constructeurs** (Renault, Peugeot, Citroën, Volkswagen, Ford...), à travers leurs réseaux respectifs de concessions, priorisent le renforcement de leurs parts de marché en élargissant la taille de leurs points de vente et celle de leur réseau d'après vente.

☞ La recherche de la notoriété et l'amélioration du rapport de force avec les fournisseurs ainsi qu'une parfaite gestion des stocks poussent les réseaux de **MRA** (Eurorepar, Garages AD, Motrio, Autoprime, Top Garage...) à opter généralement pour un développement en groupements.

☞ Les **spécialistes du pneumatique** (Euromaster, Point S, First Stop...) généralisent progressivement leur incursion dans le domaine de l'entretien et des réparations courantes. Comme les MRA, ils se développent essentiellement par le biais des groupements afin de parfaire leur emprise à l'échelle nationale.

Quelles que soient les orientations stratégiques choisies par ces différents acteurs, un objectif reste incontournable : **l'atteinte d'une taille critique**. Cette nécessité de grossir, couplée aux effets de la crise économique actuelle, entraînera inéluctablement une accélération de la concentration au sein du secteur.

La profession va devoir enfin rapidement tirer les enseignements des changements qui s'accélèrent quant aux questions environnementales. L'implication croissante des consommateurs-citoyens et des pouvoirs publics va exiger des opérateurs plus de transparence et une plus grande prise en compte des problématiques autour du développement durable et de l'éthique. Autant d'éléments qui devront également être intégrés dans la réflexion sur l'identité-marque des opérateurs.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, PRECEPTA met à la disposition des dirigeants du secteur un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler la réflexion et préparer les décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

Thomas Roux
Directeur d'études PRECEPTA



Entretien, réparation et distribution d'équipements automobiles

Quelles stratégies de riposte face aux mutations du marché ?

- **Le panorama du marché et les perspectives des différents segments à l'horizon 2010**
- **L'analyse du positionnement et des stratégies de croissance des opérateurs**
- **Le décryptage des rapports de force concurrentiels**
- **L'analyse de la chaîne de valeur et des stratégies d'intégration**
- **Les stratégies d'image et d'identité**

La meilleure synthèse pour stimuler la réflexion et préparer les décisions ; 420 pages d'analyses et d'informations, en toute indépendance.

Des entretiens en face à face avec des dirigeants et experts de la profession ont été menés. Ils ont été complétés par l'accès systématique à toutes les bases de données accessibles au sein du groupe Xerfi. Ces travaux de recueils d'informations, d'entretiens en face à face et d'analyse ont nécessité 6 mois d'investigation. Les travaux d'études ont été coordonnés par Thomas Roux, directeur d'études au sein du cabinet Precepta et spécialiste de l'industrie et des services.

PRECEPTA, STIMULATEUR DE STRATEGIES

Les experts sectoriels de PRECEPTA ont pour vocation d'apporter aux dirigeants d'entreprises des analyses stimulantes pour élaborer leurs décisions. Les études sont réalisées avec la plus grande rigueur professionnelle, une indépendance d'esprit totale, la volonté de clarifier et d'aiguillonner la réflexion stratégique. PRECEPTA a accumulé plus de 20 ans d'expérience dans l'analyse des stratégies d'entreprise et de leur environnement concurrentiel. Son intégration dans le groupe Xerfi en 2004 lui a permis de renforcer ses moyens d'investigation et d'accéder aux meilleures sources de données.

Le groupe Xerfi, leader français des études sur les secteurs et les entreprises, apporte aux décideurs les analyses indispensables pour surveiller l'évolution des marchés et de la concurrence, décrypter les stratégies et les performances des entreprises, en France comme à l'international. Le site xerfi.com met ainsi en ligne le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

L'étude la plus complète pour comprendre les marchés de l'entretien, la réparation et la distribution d'équipements automobiles, les enjeux et les perspectives ainsi que le contexte concurrentiel spécifiques à ces marchés. Un document exceptionnel qui comprend trois niveaux d'information : 1. une « synthèse exécutive » qui tire tous les enseignements de 6 mois d'enquêtes, d'analyses et d'entretiens avec des dirigeants du secteur ; 2. une analyse et un décryptage des stratégies des opérateurs ; 3. une somme exceptionnelle d'informations quantitatives sur les marchés de l'entretien, la réparation et la distribution d'équipements automobiles.

Entretien, réparation et distribution d'équipements automobiles Quelles stratégies de riposte face aux mutations du marché ?

1. SYNTHÈSE EXECUTIVE

Destiné aux décideurs, ce document est volontairement concis, et met en relief les principaux enseignements à tirer de l'étude. Il a été conçu comme un document de travail pour stimuler la réflexion et préparer la prise de décision.

2. LES FONDAMENTAUX DU BUSINESS

2.1. Décrypter les marchés de l'entretien, de la réparation et de la distribution d'équipements

- 2.1.1. Déterminer le poids de ces marchés dans la filière automobile
- 2.1.2. Evolution des différents segments depuis 2000

2.2. Identifier les forces en présence

- 2.2.1. Une profusion d'opérateurs issus de tous les horizons

2.3. Mesurer l'intensité concurrentielle

- 2.3.1. Analyser le niveau de concurrence par segment de marché
- 2.3.2. Entretien et réparations courantes : le plus concurrentiel
- 2.3.3. Réparations techniques : l'apanage des constructeurs et MRA
- 2.3.4. Distribution d'équipements : un segment bipolaire
- 2.3.5. Vitrage : un jeu concurrentiel à trois
- 2.3.6. Comprendre le rôle majeur des assureurs dans le secteur

2.4. Identifier les avantages concurrentiels clés

- 2.4.1. Décomposer la filière automobile et comprendre les stratégies d'intégration
- 2.4.2. Déterminer les avantages concurrentiels par catégorie d'acteur

2.5. Analyser les modalités de création de valeur

- 2.5.1. Identifier les facteurs clés de succès
- 2.5.2. Quels leviers d'action à la disposition des opérateurs
- 2.5.3. Valoriser la chaîne de profit du service

3. PERSPECTIVES ET ENVIRONNEMENT

3.1. L'analyse PESTEL

- 3.1.1. Evaluer la dépendance du secteur à l'environnement externe
- 3.1.2. Mesurer les effets de la politique gouvernementale
- 3.1.3. Quelles conséquences de la crise actuelle sur le secteur ?
- 3.1.4. Quels impacts des tensions sur le marché de l'emploi ?
- 3.1.5. Profiter des spécificités culturelles françaises
- 3.1.6. Comprendre l'enjeu majeur des évolutions technologiques
- 3.1.7. Faire face aux contraintes écologiques
- 3.1.8. S'adapter aux évolutions réglementaires

3.2. Les cinq forces concurrentielles

- 3.2.1. Mesurer le jeu concurrentiel dans le secteur

3.3. Déterminer les forces, faiblesses, opportunités et menaces sur les différents segments

- 3.3.1. Analyse SWOT du secteur de l'entretien / réparations
- 3.3.2. Analyse SWOT du secteur de la vente d'équipements

3.4. Estimer les perspectives du marché

- 3.4.1. Les facteurs de croissance du secteur à moyen terme

4. STRATÉGIES DE CROISSANCE ET PROBLÉMATIQUES IDENTITAIRES

4.1. Analyser les différents modes de croissance

- 4.1.1. Croissance externe, croissance organique : quels objectifs ?
- 4.1.2. Les centres auto et fast-fitters : grossir et se diversifier
- 4.1.3. Les constructeurs : asseoir leur implantation
- 4.1.4. Les MRA : acquérir taille et notoriété
- 4.1.5. Identifier les avantages et risques de la franchise

4.2. Identifier les stratégies de croissance pertinentes

- 4.2.1. Se positionner sur de nouveaux segments
- 4.2.2. Se développer à l'international
- 4.2.3. Synthèse des stratégies de croissance par type d'opérateur
- 4.2.4. Axes stratégiques et principaux faits marquants

4.3. S'appuyer sur une stratégie d'identité cohérente

- 4.3.1. L'enseigne, facteur clé de différenciation
- 4.3.2. Analyser l'impact environnemental sur les stratégies d'image
- 4.3.3. Dynamiser sa stratégie de marque
- 4.3.4. Des stratégies identitaires encore largement sous exploitées
- 4.3.5. Les 5 clés d'une stratégie identitaire pertinente

5. ANALYSE DU MARCHÉ ET PRÉVISIONS

5.1. Analyse de la demande

- 5.1.1. Evolution du parc de voitures particulières
- 5.1.2. Evolution du parc de véhicules utilitaires

- 5.1.3. Evolution du parc de véhicules industriels
- 5.1.4. Les immatriculations de véhicules neufs et d'occasion
- 5.1.5. Le niveau d'équipement des ménages
- 5.1.6. Evolution du déplacement des ménages
- 5.1.7. Evolution du nombre d'accidents
- 5.1.8. Contrôle technique : véhicules contrôlés / contre-visites

5.2. Analyse conjoncturelle du secteur

- 5.2.1. Prix à la consommation de l'entretien et réparation
- 5.2.2. Prix à la consommation du commerce de détail d'équipements
- 5.2.3. Chiffre d'affaires de l'entretien et réparation
- 5.2.4. Chiffre d'affaires du commerce de détail d'équipements
- 5.2.5. Evolution des coûts de réparation et de la main d'œuvre
- 5.2.6. Evolution du prix de la peinture et des pièces de rechange

5.3. Analyse des segments de l'entretien et réparation

- 5.3.1. Pneumatiques, lubrifiants, bougies, freinage, batteries, échappement, filtres, électronique embarquée et le tuning

5.4. Le marché de l'assurance automobile

- 5.4.1. Comprendre son rôle fondamental dans le secteur
- 5.4.2. Le coût de la sinistralité
- 5.4.3. Evolution des prix dans l'assurance automobile
- 5.4.4. Le chiffre d'affaires de la profession

5.5. Les perspectives à l'horizon 2010

- 5.5.1. Le scénario prévisionnel
- 5.5.2. Chiffre d'affaires de l'entretien et de la réparation
- 5.5.3. Chiffre d'affaires du commerce de détail d'équipements

6. STRUCTURE DE LA CONCURRENCE

6.1. Entretien et réparation

- 6.1.1. Démographie, diversification et concentration du secteur

6.2. Commerce de détail d'équipements automobiles

- 6.2.1. Démographie, diversification et concentration du secteur

6.3. Les forces en présence

- 6.3.1. Les réseaux des constructeurs
- 6.3.2. Les centres automobiles
- 6.3.3. Les mécaniciens réparateurs agréés (MRA)
- 6.3.4. Les spécialistes de la réparation rapide
- 6.3.5. Les spécialistes du pneumatique
- 6.3.6. Les spécialistes de la carrosserie
- 6.3.7. Les spécialistes du vitrage
- 6.3.8. Positionnement des acteurs et politiques de diversification
- 6.3.9. Positionnement des opérateurs par domaine d'intervention

6.4. Les grandes dates du secteur

- 6.4.1. Ephéméride des faits marquants

7. MONOGRAPHIES

Les monographies présentent les forces en présence, sur plusieurs pages à travers diverses rubriques : présentation du groupe, actionnariat, chiffres clés, domaines de compétences, axes stratégiques, faits marquants. La plupart d'entre elles comporte également une analyse identitaire.

1. Les réseaux de centres auto

- Groupe Norauto (Norauto, Midas, Maxauto, Auto5, Synchro Diffusion, Carter Cash)
- Feu Vert (Feu Vert, Mondial Pare-brise)
- Roady
- L'Auto

2. Les spécialistes de la réparation rapide

- Speedy

3. Les réseaux de MRA des constructeurs

- Eurorepar
- Motrio
- Motorcraft

4. Les grossistes

- Autodistribution (Garages AD, Autoservices AD, Autoprime...)
- Autolia Group (Precisium...)
- Group Auto Union France (Top Garage, Top Carrosserie...)

5. Les spécialistes du pneumatique

- Euromaster
- Point S
- First Stop
- Vulco

6. Les spécialistes du vitrage

- Carglass
- A Plus Glass

8. BILAN ÉCONOMIQUE ET FINANCIER DES ENTREPRISES

Ce bilan présente une batterie de 250 opérateurs selon une batterie de 25 ratios, indicateurs de gestion et de performances (2003-2007, selon les données disponibles) : chiffre d'affaires, variation du chiffre d'affaires, autres achats et charges externes, taux de VA, poids des frais de personnel, poids des dotations aux amortissements, EBE, ENE, taux de résultat courant avant impôt, taux de résultat net, BFR, créances clients, dettes fournisseurs, stocks, taux d'endettement...

Tableaux et matrices : la source d'information la plus complète sur l'entretien, la réparation et la distribution d'équipements automobiles

1. Les fondamentaux du business

T1	La répartition du chiffre d'affaires du commerce et de la réparation automobile en 2006
T2	La répartition du nombre d'entreprises dans le commerce et la réparation automobile en 2006
T3	Le poids des segments dans la filière automobile
T4	Le CA de l'entretien et de la réparation
T5	Le CA de la distribution d'équipements
T6	La synthèse de l'intensité concurrentielle
T7	L'entretien et réparations courantes
T8	Les réparations « techniques »
T9	La distribution d'équipements
T10	Le vitrage
T11	L'illustration des rapports de force dans le secteur de l'assurance auto
T12	La décomposition de la filière automobile
T13	Les avantages concurrentiels des constructeurs
T14	Les avantages concurrentiels des équipementiers
T15	Les avantages concurrentiels des grossistes
T16	Les avantages concurrentiels des centres auto
T17	Les avantages concurrentiels des MRA
T18	La chaîne de valeur dans l'entretien, la réparation et la distribution d'accessoires automobiles
T19	La chaîne de profit du service
T20	Le triangle de profit du service

2. Perspectives et environnement

T21	Les facteurs environnementaux ayant un impact sur le marché
T22	L'évolution de la vitesse moyenne et du nombre d'accidents entre 2002 et 2008
T23	Le chiffre d'affaires de l'entretien et réparation et immatriculations de véhicules neufs (2000-2008)
T24	Le pouvoir d'achat des ménages (1995-2009)
T25	L'évolution mensuelle du cours du baril (Brent Rotterdam) (1990-2009)
T26	L'évolution mensuelle du cours de l'acier (1995-2009)
T27	L'évolution mensuelle du cours du caoutchouc (Kuala Lumpur) (1990-2009)
T28	L'évolution annuelle du cours du fer (minerai de fer brésilien) (1990-2009)
T29	L'évolution mensuelle du cours de l'aluminium (haut grade settlement) (1990-2009)
T30	Le taux de chômage (1995-2009)
T31	Le parc contrôlé de véhicules légers (2000-2008)
T32	Les rapports de forces concurrentielles dans la réparation et l'entretien automobile
T33	L'analyse SWOT du secteur de l'entretien / réparation
T34	L'analyse SWOT du secteur de la vente d'équipements
T35	Les facteurs de croissance des marchés de l'entretien, la réparation et la distribution d'équipements à moyen terme

3. Stratégies de croissance et problématiques identitaires

T36	Les principales finalités de la croissance externe et de la croissance organique
T37	Les stratégies de croissance des opérateurs spécialisés dans la distribution d'équipements et le fast-fitting

T38	Les modes de développement des constructeurs selon le type de réseau
T39	Les avantages et inconvénients de la franchise pour le franchiseur
T40	Les avantages et inconvénients de la franchise pour le franchisé
T41	Les 4 principales stratégies de diversification à la disposition des professionnels
T42	Les 3 modes de développement à la disposition des opérateurs dans le cadre de leur développement international
T43	Les stratégies de croissance développées par les forces en présence
T44	Les stratégies identitaires sont aujourd'hui très peu exploitées
T45	Les professionnels du secteur doivent concentrer leur stratégie d'image autour de 5 éléments incontournables

4. Analyse du marché et prévisions

T46	Le parc de voitures particulières (2002-2009)
T47	Le parc de véhicules utilitaires (2002-2009)
T48	Le parc de véhicules industriels (2002-2009)
T49	L'évolution des immatriculations de VN
T50	Les immatriculations de VN et VO (1990-2008)
T51	La part des ménages motorisés (1990-2007)
T52	L'âge moyen des véhicules (1990-2007)
T53	Le kilométrage moyen (2001-2007)
T54	L'évolution de la vitesse moyenne des véhicules légers (2002-2008)
T55	Les accidents corporels (2000-2008)
T56	Parc contrôlé de véhicules légers (2000-2008)
T57	Le taux de prescription de contre-visites de VP (1998-2008)
T58	Le taux de prescription de contre-visites de VUL (1998-2008)
T59	Le taux de prescription de contre-visites (2000-2008)
T60	Les prix à la consommation de l'entretien et réparation (2001-2008)
T61	Les prix à la consommation de la distribution d'équipements (2001-2008)
T62	Le chiffre d'affaires de l'entretien et réparation (2001-2008)
T63	Le chiffre d'affaires de la distribution d'équipements (2001-2008)
T64	La répartition du coût des réparations entre les 3 principaux postes en 1994 et 2007
T65	La ventilation des divers éléments du prix de la réparation (1994-2007)
T66	L'évolution du taux horaire de main-d'œuvre dans la réparation (2004-2007)
T67	L'indice des taux horaires moyens pondérés de main-d'œuvre / carrosserie (2004-2007)
T68	L'indice des taux horaires salaires moyens INSEE (2004-2007)
T69	L'évolution des prix des ingrédients de peinture et de pièces détachées (2004-2007)
T70	L'indice du prix des pièces de rechange (2004-2007)
T71	L'indice du prix des ingrédients peinture de réparation (2004-2007)
T72	L'indice des prix à la consommation (2004-2007)
T73	La consommation des ménages en pneumatiques (2003-2007)
T74	Les prix à la consommation des pneumatiques (2002-2008)
T75	La vente de lubrifiants automobiles (2003-2008)
T76	Les prix à la consommation des lubrifiants (2003-2008)
T77	Le marché des assurances de biens et responsabilité

T78	La répartition de la charge des sinistres
T79	Le coût moyen des sinistres matériels (1996-2005)
T80	Les prix à la consommation en assurance automobile (1998-2008)
T81	L'évolution des prix en assurance automobile (1999-2008)
T82	Les prix à la consommation en assurance automobile (1998-2008)
T83	Le marché de l'assurance automobile (1998-2007)
T84	L'évolution du marché de l'assurance automobile (1998-2007)
T85	Le scénario prévisionnel à l'horizon 2010
T86	Le chiffre d'affaires de l'entretien et réparation en volume (2010)
T87	Le chiffre d'affaires de l'entretien et réparation en valeur (2010)
T88	Le chiffre d'affaires de la distribution d'équipements en volume (2010)
	CA de l'entretien et réparation en valeur (2010)

5. Structure de la concurrence

T89	L'entretien et réparation
T90	Le commerce de détail d'équipements automobiles
T91	Les établissements et effectifs du secteur
T92	Le solde net des créations d'entreprises
T93	La démographie des entreprises d'entretien et réparation (2005-2007)
T94	La diversification du secteur en 2006
T95	La répartition des entreprises de l'entretien et réparation automobile par taille
T96	La répartition du chiffre d'affaires de l'entretien et réparation automobile par taille d'entreprise
T97	La concentration de l'entretien et réparation automobile en 2006
T98	Les établissements et effectifs du secteur
T99	Le solde net des créations d'entreprises
T100	La démographie des entreprises de commerce de détail d'équipements auto (2005-2007)
T101	La diversification du secteur en 2006
T102	La répartition des entreprises du commerce de détail d'équipements automobiles par taille
T103	La répartition du chiffre d'affaires du commerce de détail d'équipements automobiles par taille d'entreprise
T104	La concentration du commerce de détail d'équipements automobiles en 2006
T105	Les réseaux de distribution des constructeurs automobiles
T106	Les sites primaires des constructeurs automobiles
T107	Les réseaux d'après-vente des constructeurs automobiles
T108	Les principales enseignes de centres automobiles en 2007
T109	La répartition des MRA par réseau en 2007
T110	Les réseaux Speedy et Midas en 2007
T111	Les principales chaînes spécialisées dans le pneumatique en 2007
T112	Les principales chaînes spécialisées dans le vitrage en 2007
T113	Les acteurs présents dans la réparation et l'entretien automobile et leurs enseignes
T114	L'origine des opérateurs et le positionnement des enseignes
T115	La taille des centres et positionnement dominant
T116	L'éphéméride des faits marquants

Principaux opérateurs analysés ou cités dans l'étude (*)

Principaux opérateurs, cités ou analysés dans l'étude (*)

1,2,3 AUTOSERVICE
A PLUS GLASS
ACOAT SELECTED
AUTO 5
AUTO CONTROLE
AUTODISTRIBUTION
AUTOFIT
AUTOLIA GROUP
AUTOPRIMO
AUTOSERVICES AD
AXIAL
AYME PNEUS
BELRON
BOSCH CAR SERVICE
CARGLASS
CARROSSERIES AD
CARTER CASH
COTE ROUTE
DEKRA AUTOMOTIVE
DIESEL SERVICE AUTO
ELIT'AUTO
ETAPE AUTO
EUROMASTER

EUROREPAR
EUROTYRE
FEU VERT
FIRST STOP
FIVE STAR
FRANCE PARE-BRISE
GARAGES AD
GAUF
GEF'AUTO
GEFA
GROUPAUTO
G-TRUCK
IXELL CARROSSERIE
L'AUTO
MAXAUTO
MIDAS
MON GARAGE
MONDIAL PARE-BRISE
MOTORCRAFT
MOTRIO
NORAUTO
NORISKO AUTO
POINT S
PRECISIUM
PROXIMECA
RENAULT MINUTE
ROADY

SPEEDY
STAFF AUTO
STAREXCEL
TEMOT
TOP CARROSSERIE
TOP GARAGE
TOP TRUCK
VULCO

Principales sociétés dont les comptes sont analysés dans l'étude (*)

ALAIN PNEU
ALBAX PARIS
ARDENNES MOTORS
ARDON-ROYAN
AROD AUTOMOBILES
AS DESIGN
ATAC PIECES AUTO
AUBERT AUTOMOBILES
AURENSAN
AUTO-MECA
AUTOMOBILES OCEANES
AUTOMOBILES RVO
AUTOPIECE
GARAGE AROD

GARAGE BALLEYDIER
GARAGE BATAYER
GARAGE BOUYER
GARAGE CHAUVOT ET FILS
GARAGE DANIEL
GARAGE DAVID
GARAGE DE L'AVENIR
LACENE POIDS LOURDS
LAGUERRE PNEUS
LALLEMAND PNEUS
LAMBIERGE
LAUTIER PNEUS
LE HELLO
LE LOULAY
LE PNEU LYONNAIS
LES AUTOMOBILES
DES CIMES
LOVEFRANCE
MAINTENANCE
ORECA
OUEST BATTERIES
OXIS
PAOUTE PNEUS
PRESTIGE AUTO
ROCHELAIS
PYRAME PLUS
RICHARD'S
ROME PNEUS

ROSSI DIFFUSION
SADRA
SASU DELIT PNEUS
SILIGOM
SIMON PNEUS
SINOIR AUTOMOBILES
SIX FOURS PIECES AUTOS
SMEA
STATION DIESEL
STEIMA
STEVAUTO
STRAF PNEUS
SUD INTERNATIONAL
GARAGE
SUPER FREINS
TECHNIQUES LOISIRS
AUTOMOBILES
THIEBAUT
TOUPNEU
VELAY DIESEL
VERROUIL
VIALATTE PNEUS
VILLENEUVE PNEUS

(*) Liste non exhaustive