

ZeCarrossery, le trublion



Développée à l'initiative de deux sœurs, Laura et Lucie Marie, près de Caen en Normandie, l'enseigne accompagne les carrossiers en quête d'indépendance face aux pressions des agréments. Le concept trouve un écho particulier auprès des professionnels. Elle vise 450 adhérents d'ici 2028.

PAR LUDOVIC BELLANGER

« **C**hanger la vision du métier de carrossier, et redonner du pouvoir aux artisans. » La philosophie de ZeCarrossery repose sur l'indépendance, la liberté des prix et la satisfaction des clients. Le concept consiste à rassembler uniquement des carrossiers non agréés, et donc absents des listes des artisans recommandés par les assureurs aux automobilistes sinis-

trés, explique Laura Marie, cofondatrice et directrice commerciale de ZeCarrossery. « Cette indépendance les oblige à construire eux-mêmes leur clientèle et leur notoriété. » Une liberté qui permet de facturer les prestations aux assureurs sans remise sur les pièces de rechange ni la main d'oeuvre.

Résilier les agréments pour s'émanciper

Pour la responsable et sa sœur Lucie, la démarche est née de l'expérience de la carrosserie familiale normande. En 2013, le modèle économique de l'atelier est victime de la fusion entre la Macif, la Maif et la Matmut. La résiliation des agréments qui représentaient alors 40 % du chiffre d'affaire du garage, impose une remise à plat des pratiques. L'analyse est d'autant plus nécessaire que la

carrosserie affiche un déficit régulier. « Au regard des tarifs négociés avec les assureurs et les grands comptes, une structure avec des process artisanaux ne peut pas trouver son équilibre », estime Laura Marie. Le constat invite à repenser l'approche du carrossier qui résilie alors l'ensemble de ses agréments. Si la stratégie ouvre la voie à l'émancipation, elle suppose un changement de paradigme pour des carrossiers dont le sens commercial cède le plus souvent la place à la seule maîtrise technique. L'orientation s'appuie sur les fondamentaux du commerce et du marketing. Un schéma vertueux se met en place, poursuit la responsable. En retrouvant de meilleures marges, les carrossiers peuvent communiquer davantage, attirer les clients et les fidéliser grâce à la satisfaction apportée par les ser-

des réseaux fait son nid !



▲ Laura et Lucie Marie, cofondatrices de ZeCarrossery, visent 450 adhérents d'ici 2028.

vices. L'entrée en vigueur de la loi Hamon entourant le libre choix du réparateur, constitue la clef de voute du projet. La cession de créance vient renforcer l'approche. Mais les mesures se révèlent dans les faits « assez utopiques », déplore Laura Marie.

Retrouver le chemin de la rentabilité

Sous pression, d'autres carrossiers s'intéressent à la démarche. « Nous nous sommes rendus compte que notre souci de rentabilité, d'organisation, de relations avec les apporteurs d'affaires et de visibilité étaient communs à la profession. Il y a une souffrance des artisans qui nous ressemblent », poursuit la responsable dont le concept est présenté à Equip Auto en 2017. Le salon constitue un « tremplin » pour l'enseigne. Le

modèle contractuel repose sur une licence de marque (pour trois ans), et inclut une zone d'exclusivité territoriale. Il s'appuie aussi sur une offre commerciale associant le remboursement de la franchise et le paiement en plusieurs fois, la communication, les outils digitaux et l'accompagnement. Les droits d'entrée se complètent d'un abonnement mensuel (sans royauté). Forte d'une centaine d'adhérents, la recette séduit des carrossiers engagés dans la reprise en mains de leur activité. « La plupart a été échaudée par les agréments, et ne souhaite pas remettre le doigt dans les compagnies d'assurance, remarque encore la responsable de ZeCarrossery. Nous nous adressons aux carrossiers qui souhaitent changer de modèle. » Le tournant demande toutefois du temps, prévient-elle. « Avant de quitter un agrément, il est important d'en expliquer les conséquences. » L'atelier devra réduire la voilure. Une période d'un an est souvent nécessaire pour trouver un nouvel équilibre dans l'activité. « Notre leitmotiv est de trouver des solutions pour les accompagner dans cette transition à travers la mise à disposition d'une boîte à outils. »

Car pour continuer à être présents dans l'écosystème de la réparation d'ici 5 ans, les professionnels sont condamnés à évoluer, qu'il s'agisse des nouvelles technologies ou du parcours client, ajoute-t-elle.

« Nous avons la volonté de changer les choses, de participer à la transformation du métier de carrossier »

Laura Marie, cofondatrice de ZeCarrossery.

Oublié les ateliers poussiéreux, les véhicules de remplacement d'un autre âge, ou encore les devis réalisés sur un coin de table ! La clef du succès repose sur la compréhension des attentes de la clientèle. L'approche marketing concentre l'attention des équipes de la tête de réseau qui compte une quinzaine de salariés.

« Devenir le Carglass de la carrosserie »

Outre une présence auprès des carrossiers indépendants, l'enseigne se tourne à présent vers les agents de marque. Face à l'engouement des professionnels, l'entité entend accélérer son développement et passer à la vitesse supérieure grâce à un appel de fonds. « Notre mission est de rétablir un équilibre plus sain dans la relation assureur-réparateur-client », avance Laura Marie. L'objectif est aussi de redonner du pouvoir aux indépendants, tout en étant conscient que le métier pâtit d'un réel déficit de notoriété, quelque soit le réseau, constate-t-elle. A l'horizon 2028, l'ambition de l'enseigne est de devenir le Carglass de la carrosserie, et de s'imposer comme une évidence en matière de réparation-collision. Une volonté qui suppose d'étoffer le maillage du spécialiste autour de 400 à 450 adhérents. Les perspectives se complètent d'une diversification engagée vers des services additionnels autour notamment des devis en ligne attendus cet été, de la rénovation des jantes, et du débosselage sans peinture. Un service en cours de test dont le lancement est prévu en 2025. ■



▲ Face aux abus des assureurs, ZeCarrossery a lancé sa campagne « libre de choisir » au printemps.