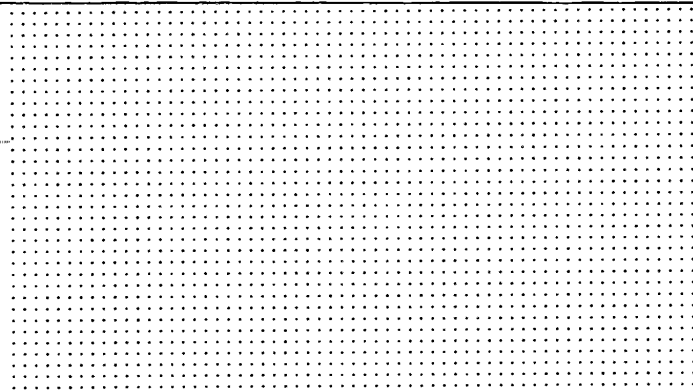




Interview



Jean-Claude Puerto-Salavert, PDG d'Ucar

« La création est une discipline qui contraint à l'enthousiasme »

Pionnier de la location longue durée aux particuliers, de la location de véhicules de remplacement en concessions, ou de l'association de la location et de l'auto-partage, adepte de la publicité comparative et de la communication, Jean-claude Puerto-Salavert est passionné par les évolutions du secteur automobile. Rencontre avec un agitateur d'idées.

AUTO INFOS : Seriez-vous toujours révolutionnaire face à certaines évolutions de la société et de l'activité automobile ?

Bien sûr !

A. I. : Ce qui anime et caractérise votre démarche...

J.-C. P.-S. : C'est la création. Il s'agit d'une discipline qui vous pousse à la remise en cause permanente et vous contraint à l'enthousiasme. Si mon aventure professionnelle s'arrêtait, c'est elle qui me manquerait le plus.

A. I. : Où en est l'activité d'Ucar ?

J.-C. P.-S. : Elle est passée en phase d'industrialisation. Nous travaillons avec un réseau de 250 agences franchisées et succursales, nous afficherons aussi cette année un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros pour un ratio de

rentabilité d'environ 2 % avant IS. Ce taux devrait monter à hauteur de 5 %. Au demeurant, nous avons grandi en partant d'une feuille blanche et avons, depuis des années, privilégié notre développement plutôt que notre indice de profit.

A. I. : Votre partenariat avec General Motors et Opel marche-t-il ?

J.-C. P.-S. : Il fonctionne très bien. Je suis très admiratif face à cette entreprise qui a connu des heures difficiles, mais dont les dirigeants ont toujours continué de se comporter en affaires d'une manière égale et normalisée. Avec une force de caractère impressionnante. À ce jour et

après une dizaine d'années de pratique, Opel Rent fonctionne via un tissu de 100 antennes de service basées en concessions et en exploitant un parc de 2 000 véhicules. On trouve chez nos partenaires un niveau de compréhension du métier de loueur qui est excellent.

A. I. : Croyez-vous au développement de la location de longue durée dédiée aux particuliers ?

J.-C. P.-S. : C'est bien le cas. Dès que les constructeurs généraliseront des formules d'acquisition basées sur une mensualisation des dépenses, les particuliers opteront en nombre pour ce type de solutions.

A. I. : La conviction que les automobilistes sont attachés à la propriété de leur voiture tient-elle de l'idée reçue ?

J.-C. P.-S. : C'est en tout cas une idée en pleine évolution. Concernant cet attachement à la propriété, je suis alerté par la façon de plus en plus réfractaire dont les jeunes consommateurs abordent la problématique de l'obtention du permis de conduire. Sa détention, comme celle d'une voiture, n'ont plus la même portée vis-à-vis de la collectivité...

A. I. : Quelle est votre opinion sur le marché de la location automobile ?

J.-C. P.-S. : Je crois profondément à la location,

SON PARCOURS :

53 ans, marié, trois enfants. Diplômé de l'Institut des hautes études économiques et commerciale et d'un MBA.

1980 - consultant.

1983 - directeur administratif et financier d'une filiale de Beghin-Say.

1988 - co-fondateur d'ADA.

1998/2010 - co-fondateur, puis président directeur général d'Ucar.



sous toutes ses formes, comme mode de consommation... Et au principe du partage de l'usage des automobiles qui y est associé. Je parie aussi sur l'évolution profonde de ce marché, qui est encore formidablement embryonnaire. Il n'est pas sérieux que 6 % seulement de nos compatriotes louent aujourd'hui des voitures. Ce n'est ni sérieux, ni logique ! Et pour que la grande distribution soit entrée dans ce secteur de services, il fallait vraiment qu'il soit carencé...

A. I. : Les grandes surfaces sont-elles d'ailleurs fondées à vendre des voitures neuves ?

J.-C. P.-S. : Une fois encore, la grande distribution est animée par des observateurs des carences du marché. Qu'elles perdurent ou se multiplient, et l'on pourrait observer des initiatives sur ce front. Nous verrons...

A. I. : Les distributeurs assurent-ils un service global de qualité et en tirent-ils des bénéfices ?

J.-C. P.-S. : La réponse est positive, y compris en matière de gestion de la relation clientèle. Mais

ils ont tout de même encore du chemin à faire dans un domaine qui garantit leur légitimité. Sauvegarde de mobilité oblige, ils devraient, par exemple, être capables d'assurer un remplacement automatique des voitures que leurs clients confient à leurs ateliers. Or, 20 % seulement des concessionnaires proposent des véhicules en location de courte durée à leurs clients... Il faut se souvenir que la nature à horreur du vide.

A. I. : Quid de l'image des loueurs ?

J.-C. P.-S. : Elle est inaccessible au grand public. Elle ramène à un monde du très lointain...

« Je crois profondément à la location automobile comme mode de consommation »

A. I. : Les Français rêvent-ils encore des automobiles ? Ou s'offrent-ils seulement des machines à rouler ?

J.-C. P.-S. : Regardez comment se répartit le budget des ménages. La place qu'y ont pris l'audiovisuel et la téléphonie ! Le rêve continue d'exister, mais sa densité... Ce qui fait rêver les gens ? Ce sont les facteurs et les objets qui les valorisent. Les primo-accédants à la voiture neuve ont aujourd'hui, en moyenne, 47 ans !

A. I. : L'offre des constructeurs est-elle trop pléthorique ?

J.-C. P.-S. : Je la trouve au contraire formidable ! Cette période favorise des évolutions de technologie et de production qui autorisent ce feu d'artifice. Un foisonnement impressionnant, que favorisent l'innovation et modifie la tarification même des modèles. Finie l'époque des évolutions au compte-gouttes. Les mues s'accélèrent sans cesse.

A. I. : Croyez-vous justement au boom des voitures électriques ?

J.-C. P.-S. : Il est tellement conditionné par des considérations d'ordre politiques et fiscales... Souvenez-vous de l'aventure du diesel. En fait, le développement de ce marché spécifique va dépendre de ces considérations.

A. I. : Les constructeurs ont-ils les moyens du développement technologique de leurs produits ?

J.-C. P.-S. : Bien entendu. Cela dit, si l'on vendait annuellement en France trois millions de voitures, et si le parc était apuré des quinze millions de véhicules de plus de dix ans qu'il comprend, les moyens engagés par les marques au titre de la recherche seraient clairement plus importants qu'ils ne le sont déjà ! Ceci aurait aussi un effet sur les prix du marché. Et, paradoxalement, c'est par l'accélération de la consommation que passeront les grands changements de demain.

A. I. : Est-elle soutenue, elle aussi, par des innovations fortes ?

J.-C. P.-S. : Je suis accablé par le conservatisme qui l'accompagne. Où sont les innovations touchant à l'aval de la filière automobile ? Ce qui



Interview

« C'est de l'accélération de la consommation que dépendront les révolutions technologiques de demain »

m'amène à répéter que la location a évidemment un rôle important à jouer.

A. I. : De quelle manière ?

J.-C. P.-S. : Elle permet d'éviter certaines dépenses et d'opter pour l'usage de modèles différents, en fonction de besoins spécifiques et ponctuels.

A. I. : Vous venez aussi de lancer Ucar station...

J.-C. P.-S. : Notre offre correspond à une logique de démocratisation. Même si l'on n'est pas encore parvenu à satisfaire totalement les besoins des usagers aux moyens financiers les plus modestes, elle associe la location et un covoiturage qui a concerné un million et demi de passagers en 2009. Et elle réduit de la sorte les prix d'usage à leur portion congrue...

A. I. : Comment envisagez-vous l'évolution du marché des voitures neuves à un an ?

J.-C. P.-S. : La réponse relève d'une analyse macro-économique générale... La santé du marché des VN va dépendre de la situation économique d'ensemble de notre pays. En dépit de la modification de la disparition programmée des aides fiscales ou des primes à la vente mises en place par l'État pour soutenir le secteur automobile, je ne suis pas aussi pessimiste que d'autres à son sujet.

A. I. : Faut-il croire aux ventes de voitures neuves sur Internet ?

J.-C. P.-S. : Si la chose arrive, elle prendra un temps certain. Car la vente de voitures n'est pas un acte léger. Pour autant, l'utilisation d'Internet interviendra un jour dans ce domaine, comme dans d'autres ! De la même façon, la location auto se développera par le biais de ce support.

A. I. : Croyez-vous au développement de l'offre de mobilité MU de Peugeot ?

J.-C. P.-S. : Le réseau Peugeot a-t-il déjà engagé sa pleine mobilisation à niveau de cette offre ?



A. I. : Et le concept d'Autolib ?

J.-C. P.-S. : Les modes de consommation ne peuvent que se diversifier. Cela étant, l'équation technique du métier de loueur serait remise en cause, à ma plus grande surprise, si l'on parvenait à se passer dans les quinze ans d'un acte humain afin de mettre à disposition des voitures ! Qui plus est, comment applaudir à l'instauration d'un système qui robotiserait les services auto, alors qu'ils sont des générateurs d'emplois et que le monde industriel a tendance à délocaliser certains d'entre eux ? En résumé, techniquement je n'y crois pas, socialement je n'en veux pas.

A. I. : La révision du cadre réglementaire européen conditionnant l'après-vente et la vente

automobile est-elle fondée ?

J.-C. P.-S. : Concernant les réseaux de marques, poser la question revient à évoquer l'équilibre du rapport de forces établi entre un constructeur et les opérateurs. Dans un mode évolutif, la tête ne peut que diriger le bateau. Efficacement et rapidement. L'évolution actuelle va plutôt dans ce sens et elle est nécessaire.

A. I. : Résumer les atouts d'Ucar, c'est évoquer...

J.-C. P.-S. : Son réseau et sa capacité à affronter des choses difficiles. Puis il faut retenir la capacité d'innovation de notre entreprise. Rien ne nous arrêtera !
Propos recueillis par
Jean-Pierre Jagu-Roche