



> Ucar

La location de véhicules à la portée de tous

L'enseigne s'annonce comme la première enseigne de location de véhicules en multidurée. Ucar a en effet pour objectif de mettre la location à la portée de toutes les bourses, qu'il s'agisse d'une durée de un jour ou de plusieurs mois. Selon l'enseigne, la location devrait représenter une véritable alternative face à l'achat.

Cette politique est déjà en place dans certaines sociétés dans les pays anglo-saxons en particulier et Ucar est persuadé que la voie de la rentabilité peu aussi passer par des prix réduits. L'approche est donc bien discount ou low

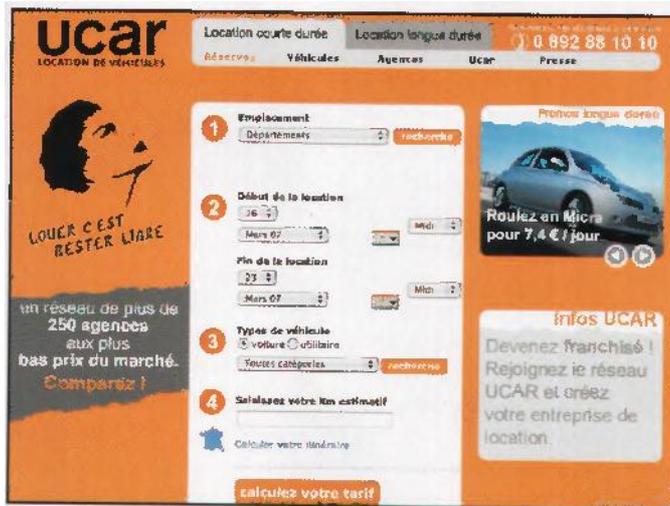
cost, puisque nous sommes dans le domaine des transports. L'objectif est donc de vendre moins cher, grâce bien entendu à un abaissement des coûts à tous les niveaux et ce, afin de devenir leader du marché.

Vous l'aurez compris, le modèle des supermarchés discount n'est pas loin, et ma foi ce qui fonctionne si bien dans la grande distribution peut aussi être appliqué dans d'autres domaines avec succès. Tout est donc basé sur le volume qui permet de faire tourner véhicules et clients rapidement. Le principe est typique de la politique marketing utilisant le prix comme approche privilégiée : mieux vaut gagner un peu sur de nombreux clients, que beaucoup sur un nombre réduit.

Le « supermarché de location automobile » fonctionne donc bien et l'enseigne milite pour la comparaison des prix en ce qui concerne le coût réel de revient d'un véhicule pour un particulier ou une entreprise. Le marché le prouve en continuant à être en croissance et l'objectif de démocratisation reste toujours n°1.

Les actionnaires sont des assurances et *PGA Motors*. Les conditions financières sont un investissement global de 100 000 euros pour un droit d'entrée de 15 000 €. Les redevances globales sont de 8%.

Contact : www.ucar-location.com



Dans cette optique, Ucar propose donc une offre large, sur toutes les durées, à la fois pour les particuliers et les entreprises. Les bureaux sont donc aussi bien implantés près des centres aériens ou ferroviaires que dans les zones commerciales et d'activité. Des corners ont même été mis en place chez certains professionnels de l'automobile qui ne disposaient pas de services de location. Le groupe sait donc parfaitement innover et il est en particulier bien placé pour ce qui est de la location longue durée pour les particuliers, mais aussi du véhicule de remplacement en concession automobile. Le but est de satisfaire ce client difficile qu'est l'automobiliste.

Le savoir-faire est positionné sur l'approvisionnement en véhicule, le financement, les assurances, l'informatique, l'animation commerciale et la centrale de réservation. Des formations sont bien entendu prévues pour les franchisés. Les implantations sont à ce jour de 250 en trois années, ce qui est un bon rythme de recrutement. Il est souhaitable que les candidats soient à même d'ouvrir plusieurs agences à terme.