

## LES SERVICES MULTIMARQUES DE L'APRÈS-VENTE AUTOMOBILE

**4 400 établissements**  
(Source : GIPA, 2019)

**32 200 salariés**  
(Source : GIPA, 2019 - traitement ANFA)

Le secteur de la maintenance et de la réparation automobile s'articule autour de deux acteurs principaux : les réseaux constructeurs (concessions et agents de marque) et les réparateurs multimarques. Parmi ces derniers, on trouve de nombreux réparateurs indépendants (Mécaniciens Réparateurs Automobile) ainsi que des enseignes de services rapides regroupées sous l'appellation Services Multimarques de l'Après-Vente Automobile (SMAVA).

<b>Centre-auto</b>	Magasin distribuant en libre-service une gamme élargie de produits et d'équipements automobiles et disposant d'un atelier de montage et d'entretien (ex : Feu Vert, Norauto, Rody...).
<b>Réparateur rapide</b>	Concept commercial se caractérisant par la prestation d'entretien automobile en atelier : rapide, sans rendez-vous, avec des prestations standardisées et des prix forfaitisés (ex : Midas, Speedy, Feu Vert Services).
<b>Pneumaticien</b>	Centre de réparation rapide spécialisé dans l'entretien des pneumatiques (ex : Euromaster, Best Drive, First Stop...).
<b>Spécialiste vitrage</b>	Spécialiste de la réparation et du remplacement de vitrage (ex : Carglass, Mondial Pare-Brise, France Pare-Brise...).

## LES ACTEURS

Les **Services Multimarques de l'Après-Vente Automobile (SMAVA)** regroupent eux-mêmes plusieurs types d'acteurs : centres-auto, réparateurs rapides, pneumaticiens et spécialistes du vitrage. Leur modèle commun repose sur trois piliers principaux :

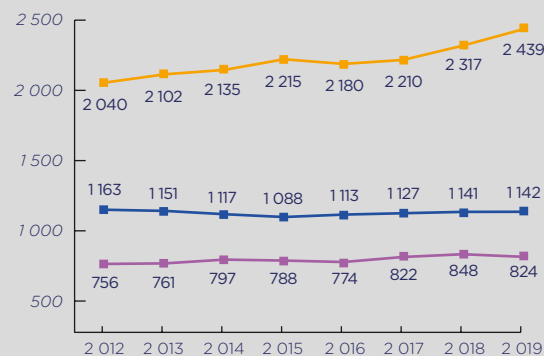
- **Une politique de prix attractifs.** Le modèle économique est emprunté à la grande distribution. Grâce à la centralisation des achats (l'entreprise principale est centrale d'achat, centrale de référencement et fournisseur pour l'ensemble de ses établissements), l'entreprise pratique une politique de « bas coûts » en négociant des volumes d'affaires importants avec les fournisseurs.
- **Un service rapide et sans rendez-vous.** Les enseignes organisent le planning de l'atelier de manière à pouvoir répondre à l'ensemble des demandes des clients.
- **Un maillage important** sur tout le territoire à proximité des centres urbains et commerciaux.



Au 1 <sup>er</sup> janvier 2019	Nombre de points de vente
Centre-auto	1 142
Réparateur rapide	824
Pneumaticien*	2 439
MRA	14 000
Carrossier	3 500
RA1 (concessionnaire)	5 364
RA2 (agent)	7 831
<b>Total Réparateurs</b>	<b>35 100</b>

Source : Gipa, 2019 ; hors spécialistes du vitrage  
\*Sous enseigne

### ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS



— Pneumaticien  
— Centre-auto  
— Réparateur rapide

Source : Gipa, 2019

**Le secteur SMAVA représente 12,5 % des points de vente de l'après-vente automobile**

Les centres-auto et réparateurs rapides sont apparus dans les années 1970, tandis que les pneumaticiens et spécialistes du vitrage se sont plutôt développés dans les années 1990.

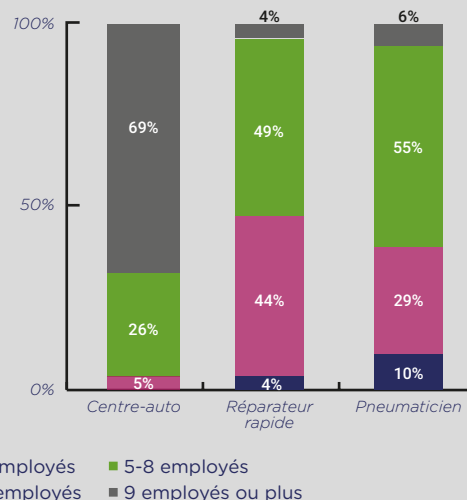
Aujourd'hui, le marché est arrivé à maturité. Ainsi, le nombre de points de vente centres-auto et de réparateurs rapides est stable depuis 2012. Celui des pneumaticiens continue sa progression avec 20 % de points de vente en plus en sept ans.

**Les tailles des entreprises sont très hétérogènes** allant de toutes petites structures (établissement franchisé par exemple) à de grands groupes nationaux disposant de nombreuses succursales.

En ce qui concerne **la taille des établissements**, les centres-auto (qui comprennent une boutique en plus de leur atelier) regroupent en moyenne **14 employés**, tandis que les enseignes de services rapides et les spécialistes du pneu sont de plus petite taille avec **cinq employés** par site en moyenne.

Plus la taille des sites est réduite, plus les employés doivent être polyvalents.

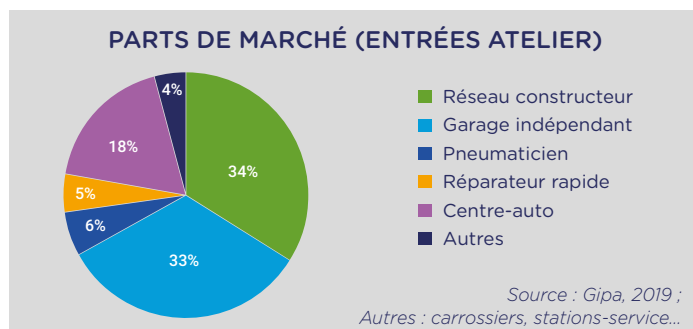
### RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS PAR TAILLE



Source : Gipa, 2019

## LE MARCHÉ ET LES ACTIVITÉS

### UN MARCHÉ CENTRÉ SUR L'ENTRETIEN COURANT, QUI SE DIVERSIFIE PROGRESSIVEMENT



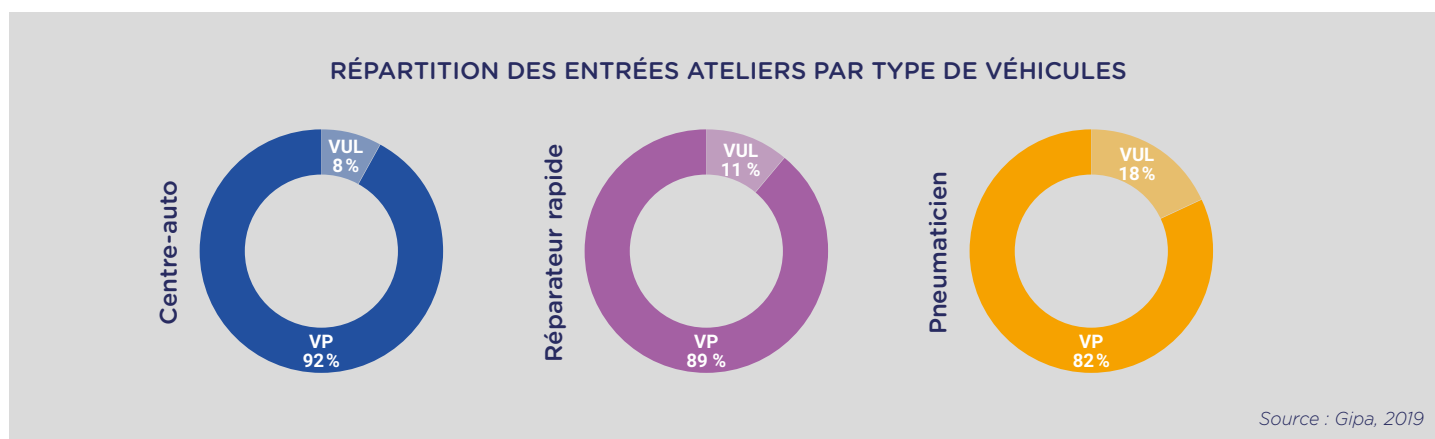
**Le nombre d'opérations traitées par établissement est très important.** En témoigne le fait que le secteur concentre 29 % des entrées ateliers alors qu'il ne représente que 12,5 % des points de vente. En moyenne, dans un centre-auto, on compte 157 entrées atelier par semaine, soit plus de 22 véhicules par employé à l'atelier. C'est deux fois plus que dans les réseaux constructeurs ou chez les réparateurs indépendants. Deux facteurs principaux expliquent ce phénomène :

- L'organisation du travail qui privilégie des **temps courts d'intervention**,
- Les activités qui se concentrent sur des **opérations simples et rapides**.

**ENTRÉES ATELIERS HEBDOMADAIRES (VP + VUL)**

	Centre-auto	Réparateur rapide	Pneumaticien	RA1	RA2	MRA constructeur	MRA grossiste	MRA sans enseigne
Moyenne par atelier	157	72	79	88	49	30	34	29
Par employé de l'atelier	22,0	18,7	23,1	10,3	11,2	13,1	11,3	12,9

Source : GIPA, 2019 ; VP : Véhicule Particulier ; VUL : Véhicule Utilitaire Léger

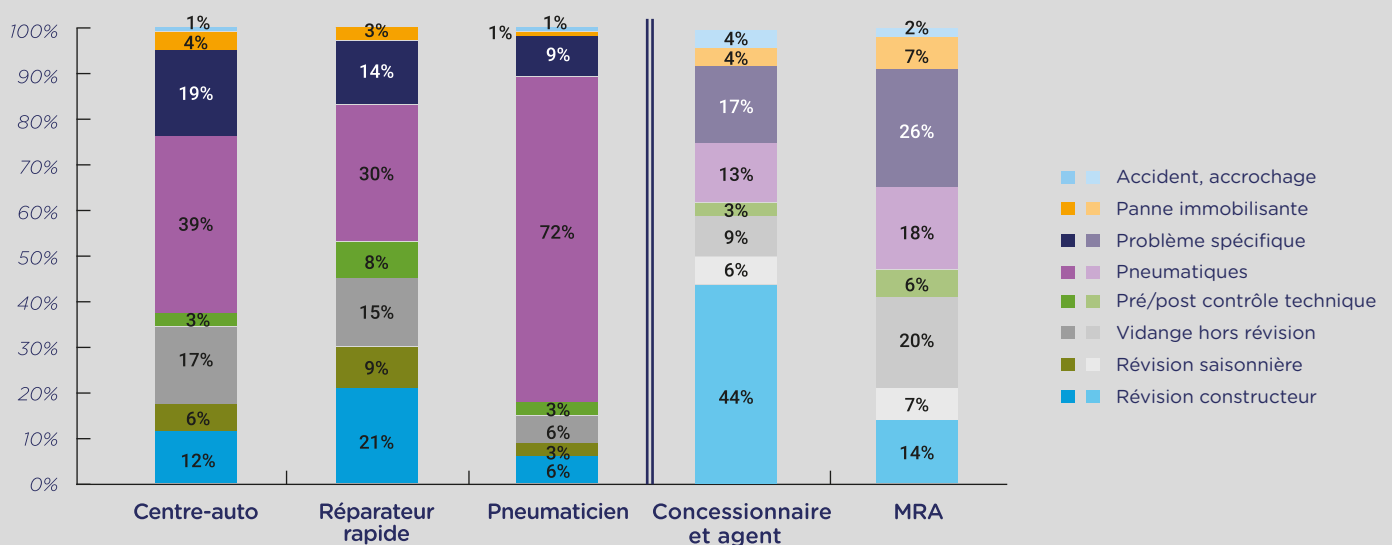




Les acteurs de la filière SMAVA opèrent sur un parc de véhicules très diversifié - toutes marques et tous âges, même s'ils sont un peu moins présents sur le segment des véhicules très récents. Cette **grande diversité** implique une large connaissance des gammes, modèles et produits. **Le cœur de l'activité est l'entretien courant** : le pneumatique reste le motif principal d'entrée atelier dans le secteur. Les révisions et vidanges représentent respectivement 35 et 45 % des entrées ateliers des centres-auto et réparateurs rapides.

La stratégie des enseignes est d'étendre la gamme des services proposés à leurs clients. Depuis quelques années, la volonté affichée est de faire monter en compétence les salariés de l'atelier afin de **proposer plus largement certaines opérations de maintenance** telles que les interventions sur les courroies de distribution ou sur les embrayages. Sur ce point, toutes les enseignes ne sont pas au même niveau de développement : les pneumaticiens ne pratiquent encore que très peu de maintenance, tandis que les réparateurs rapides (et les centres-auto) ont déjà investi ce segment.

### MOTIF DES ENTRÉES ATELIERS



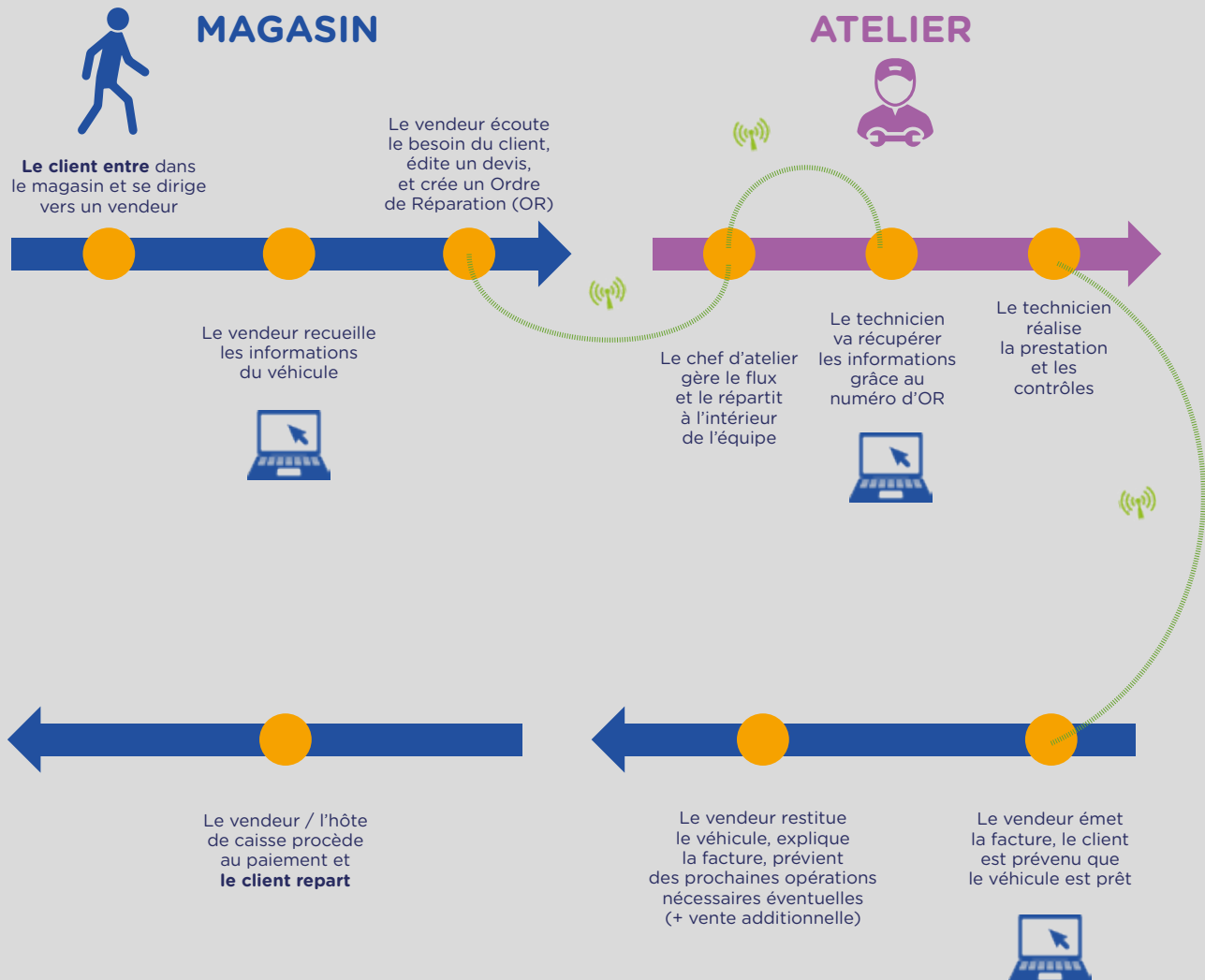
## LE DIGITAL CENTRAL DANS L'ORGANISATION DU TRAVAIL

Les caractéristiques du modèle économique impliquent **une gestion en temps réel et en flux tendus** des entrées clients, de la gestion du stock, de l'analyse des résultats ainsi qu'une optimisation des ratios d'activité. D'une part, la gestion du **flux client** (dans l'établissement, par téléphone ou par internet) est normée par l'enseigne qui impose à ses établissements des objectifs qui visent à réduire les délais d'attente. D'autre part, l'offre commerciale, basée sur la rapidité d'exécution (parfois sans rendez-vous), et les prix bas (souvent forfaitisés), implique **une gestion digitalisée des stocks et de l'approvisionnement**, et ce d'autant plus que la diversité des véhicules pris en charge est grande. Seuls 57 % des clients de réparateurs rapides prennent rendez-vous avant d'entrer à l'atelier (Source : GIPA, 2019).

L'optimisation de la gestion des flux prévue par les enseignes au niveau central est déployée dans les établissements via des **outils numériques**, de suivi et /ou de préconisation. Dans les centres-auto par exemple, la mise en lien entre la réception du véhicule (en boutique) et l'intervention (en atelier) est traitée informatiquement. Les prises de rendez-vous et la communication des ordres de réparation ainsi que des factures sont numériques et instantanées. De même, la gestion des plannings des collaborateurs est réalisée informatiquement en fonction de leur niveau de compétences et des activités à réaliser.

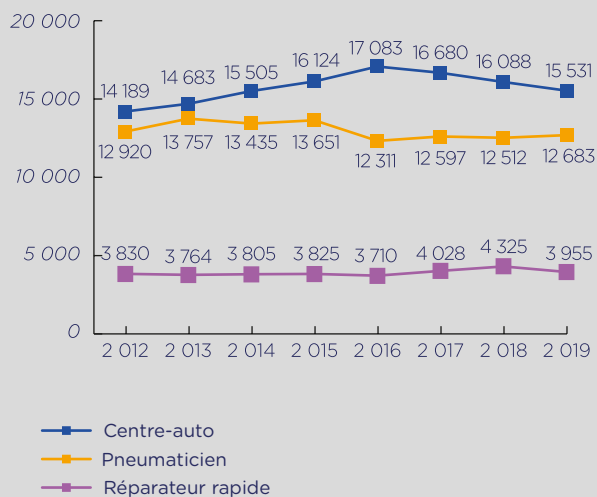


### EXEMPLE D'UN PARCOURS CLIENT DANS UN CENTRE-AUTO POUR UNE PRESTATION SIMPLE



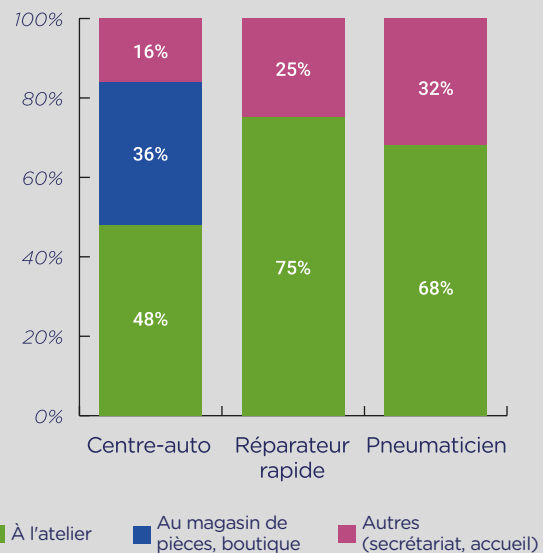
Les centres-auto, pneumaticiens et réparateurs rapides représentent plus de 32 000 salariés.

## ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOYÉS TOTAL ESTIMÉ



Source : Gipa, 2019, traitement ANFA

## RÉPARTITION DE L'EMPLOI PAR TYPE D'ACTIVITÉS



Source : Gipa, 2019

## TROIS PÔLES D'ACTIVITÉS DISTINCTS

Quel que soit le type de structure, l'emploi se concentre principalement à l'atelier (notamment dans les petits établissements), même si les centres-auto se distinguent par la présence d'un magasin en libre-service qui nécessite un nombre important d'employés consacrés à la vente.

### L'atelier

Les activités le plus souvent réalisées sont des activités **d'entretien courant** comme le pneumatique (montage, équilibrage), les vidanges, le freinage et les amortisseurs. Tous les salariés de l'atelier sont donc amenés à pratiquer régulièrement ces opérations. Les services multimarques se diversifient notamment avec des interventions de **maintenance** sur la climatisation, l'embrayage ou encore la courroie de distribution. En complément de leur cœur de métier, les orientations stratégiques des enseignes visent à développer les activités de **diagnostic** (mécanique et électronique). L'objectif est avant tout de mieux informer le client et d'être à même de décider si l'intervention peut être réalisée par l'établissement, ou si le véhicule doit plutôt être orienté vers un autre établissement, appartenant au réseau constructeur par exemple. Dans ce contexte, les enseignes cherchent à faire monter leurs salariés en compétence.

Les pneumaticiens scindent le plus souvent leur activité technique en deux pôles distincts : le véhicule léger et le poids lourd. Les salariés dédiés au PL (y compris travaux publics et agricole) interviennent souvent à l'extérieur, sur les flottes de leurs clients sur parcs. Les salariés orientés VL peuvent également intervenir sur des flottes de véhicules professionnels.



### INTERVENTIONS SUR LES VÉHICULES ÉLECTRIQUES

Les acteurs des services multimarques opèrent sur tous les types de véhicules, notamment sur l'activité pneumatique. Ils doivent pouvoir intervenir sur des véhicules électriques et hybrides et donc disposer d'habilitations électriques (BOL, BCL, B2L, B2XL en fonction du type d'intervention).

## Le magasin (en centre-auto)

L'activité du magasin est réalisée en complément de la prestation atelier ou en totale autonomie. Il s'agit de **vendre à la fois des prestations ateliers, des produits du magasin et des services** (ex : carte grise). Les vendeurs accueillent et prennent en charge le client, en présentiel, par téléphone, ou sur internet.

Lorsque le client a besoin d'une intervention en atelier, les vendeurs recueillent les informations sur le véhicule et les prestation(s) demandée(s), établissent le devis, l'ordre de réparation et la facture. Ces opérations sont assistées par des outils informatiques propres aux enseignes qui permettent un guidage important (recommandation des pièces en fonction du véhicule, temps nécessaire pour chaque opération, etc.). Suite à l'intervention, ils restituent également le véhicule.

Ils sont aussi vendeurs des produits de la boutique et ont en charge la mise en rayon des produits et la participation aux inventaires. Enfin, dans certaines enseignes, ils réalisent l'encaissement en fin de parcours client.

Le plus souvent, chez les pneumaticiens et services rapides, des personnes sont dédiées à l'accueil des clients et à la réception des véhicules (chargés d'accueil par exemple). Selon l'enseigne et la taille des établissements, ces activités peuvent aussi incomber au chef de centre, à son adjoint ou au chef d'atelier.

## La gestion

Le responsable du site assure les fonctions de gestion stratégique et financière d'un centre de profit, de management et de gestion de compétences. Le poids de ces tâches varie fortement d'un établissement à l'autre, selon sa taille, la présence d'une boutique ou non, et selon le degré d'autonomie de l'établissement (franchisé ou intégré).

Plus quotidiennement, le responsable du site s'occupe également de la relation clientèle, de la gestion des stocks, des flux des marchandises, des flux financiers ainsi que de toutes les questions de sécurité et environnement de l'établissement.

Le directeur de site est avant tout **gestionnaire d'un centre de profit** et doit, à ce titre, piloter économiquement et financièrement l'activité, manager les équipes. Mais il est aussi **opérationnel** : il réalise des activités de vente et/ou de prestation atelier en appui de ses équipes, en fonction des fluctuations de la demande.



## UNE DIFFICILE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Les services multimarques, et plus particulièrement les centres-auto et les réparateurs rapides, proposent des plages **horaires d'ouverture** très étendues aux clients (55 à 56 h en moyenne par semaine ; source : GIPA). Les contraintes d'organisation des plannings (horaires étendus/travail le samedi) participent aux **difficultés d'attractivité du secteur**. 67 % des centres-auto déclarent rencontrer des difficultés à recruter du personnel (Source : GIPA, 2019).

De plus, les opérations réalisées à l'atelier étant souvent **répétitives** (notamment sur le pneumatique et les révisions), il est parfois difficile de maintenir à leur poste certains salariés, sur le long terme.

10,2 % des établissements du secteur expriment des difficultés de fidélisation de leurs salariés (contre 6,5 % pour l'ensemble des établissements de la branche).

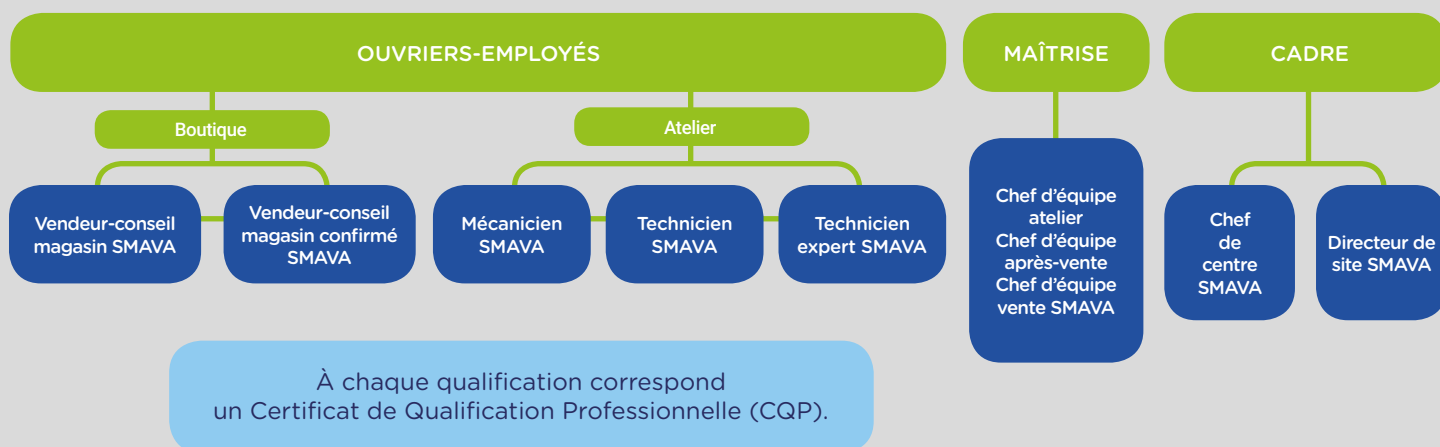
Par ailleurs, le secteur a également plus souvent recours à des **CDD ou des missions d'intérim** que dans le reste de l'après-vente automobile. Ces trois facteurs entraînent un taux de **turn-over** des salariés de 20 %, nettement plus important que dans l'ensemble de la branche (11 %). (Source : ANFA, Enquête recrutements 2017)

En réaction, les enseignes développent de véritables politiques **de formations et de promotions internes**. Plusieurs acteurs de la SMAVA ont ainsi leur propre centre de formation. L'évolution professionnelle, traditionnelle dans ces établissements, permet de proposer aux recrues des perspectives de carrières attractives.

# LES QUALIFICATIONS

## NOUVEAU

Pour répondre aux besoins spécifiques de ces entreprises et de ces emplois, la branche a créé une filière propre aux services multimarques de l'après-vente automobile qui comporte huit qualifications inscrites au Répertoire National des Qualifications des Services de l'Automobile (RNQSA).



## L'ANFA

L'ANFA est chargée par la Commission Paritaire Nationale de la mise en œuvre de dispositifs relevant de la politique nationale de formation de la branche des Services de l'Automobile. À ce titre, l'ANFA :

- anime l'Observatoire Prospectif des Métiers et des Qualifications (OPMQ) et apporte une expertise à la branche dans le cadre de la GPEC de branche,
- propose une ingénierie des dispositifs de formation professionnelle,
- élabore des certifications,
- assure la promotion des métiers de la Branche,
- développe l'apprentissage notamment via ses réseaux de CFA.

Retrouvez toutes les publications de l'Observatoire sur <https://www.anfa-auto.fr/observatoire>

Observatoire ANFA  
2 rue Capella - 44470 Carquefou  
Tél. : 02 44 76 21 50  
[observatoire@anfa-auto.fr](mailto:observatoire@anfa-auto.fr)

Directrice de la publication : Dominique FAIVRE-PIERRET  
Directrice de la rédaction : Valérie CHIRON  
Rédaction : Marie-Sophie GIRARDIN  
Édition et création : Service Communication ANFA