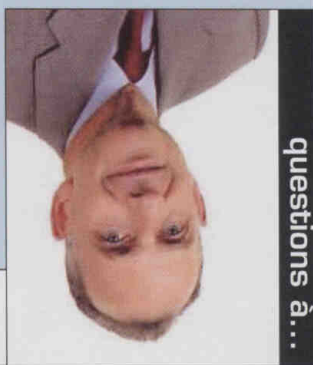


la clientèle entreprise

Laurent Helman, dirigeant de BLH Consultants.



questions à...

► En matière de vente VN, quel est le poids de la clientèle entreprise ?

En neutralisant les véhicules de démonstration qui constituent une donnée artificielle, le marché se partage entre 45% d'entreprises contre 54% de particuliers. La part croissante prise par les sociétés donne à croire que ce ratio s'inversera d'ici à 2015.

► Pourquoi ?

La progression de la partie professionnelle est régulière depuis dix ans malgré une fiscalité qui n'est, dans ce domaine, pas favorable en France. Les entreprises grandissent et structurent leurs

“ Le vendeur de la concession est aussi le commercial du loueur. ”

► Quel rôle peuvent jouer les représentants de marques ?

Les forces commerciales des concessionnaires qui captent le tissu local et régional des PME, artisans et professions libérales. Elaboré.

L'artillerie lourde des constructeurs

d'un besoin d'usage professionnel. Contrairement à celui des particuliers, il est moins stimulé par la sortie de nouveaux modèles”, poursuit-il. À noter que pour le chef d'entreprise, le poste de dépense voitures est le plus lourd après celui des salaires.

peuvent être des produits qui servent ce dynamisme, les constructeurs plus polluants qui existaient précédemment. Pour la compensation et pour prendre, en quelque sorte, le relais de la TVA s'ajoute, depuis le 1^{er} janvier dernier, le fameux malus écologique. Il des modèles (et non plus sur leur puis le 1^{er} janvier 2006 sur le taux de CO₂ les véhicules de société (TVS) assise de peu engageante ! En effet, à la taxe sur

le SNLVL* était fier d'annoncer, en début d'année, que le parc français LLD avait symboliquement dépassé le cap du million de voitures. Fier, aussi, de préciser que la formule séduisait 38% de PME et TPE. Néanmoins, si le recours à la LLD est presque systématique dans les sociétés de plus de 100 salariés, les entreprises qui présentent un effectif inférieur à la centaine de collaborateurs privilégient toujours majoritairement l'achat puis le crédit-bail pour la gestion de leur poste automobile (voir page 19). Cette part grossissante des flottes financées (965 316 véhicules loués) par rapport aux flottes achetées (548 309 unités) constitue un élément clé car irréversible en matière de véhicules d'entreprise. “ Il y a un mouvement définitif qui s'opère au profit de l'externalisation des flottes. Les entreprises ne reviennent plus en arrière”, assure **Jean-François Chanaï**, directeur général d'ALD Automotive qui a acheté 50 000 véhicules en 2007. Par ailleurs, “ cela contribue à la stabilité de ce marché qui résulte

