

Le pneu a trouvé son cocon

Quasi inconnu au niveau national, le réseau Idéal Pneu est pourtant un acteur incontournable du pneumatique en région Auvergne-Rhône-Alpes. Avec ses centres cossus et sa politique tarifaire agressive, l'enseigne confirme sa progression.



En attendant le neuvième centre (espéré pour 2020), Idéal Pneu en compte huit, tous situés en Rhône-Alpes et en Isère.

A l'ombre des géants, il existe encore des pneumaticiens indépendants qui réussissent à tirer leur épingle du jeu grâce à un positionnement différenciant. Idéal Pneu est l'un d'eux. Si vous avez circulé sur les routes de Rhône-Alpes et notamment de l'Isère, sans doute aurez-vous croisé l'un de ses centres. Quatorze ans après son lancement, la société a réussi à s'imposer pour devenir l'une des références sur son marché local. Au départ, le pari n'avait pourtant rien d'une évidence. **Franck Pabion**, après avoir évolué pendant plus de quinze ans chez SLPA, contribuant au lancement du distributeur spécialisé aux côtés de **Serge Quéré**, décide de tout quitter en 2005 pour voler de ses propres ailes. Un an plus tard, il ouvre à Meyzieu (69) le premier centre Idéal Pneu avec une ambition aussi simple que révolutionnaire pour l'époque. «Je

voulais que les gens aient envie de rentrer chez nous, indique-t-il. Pendant trop longtemps, notre profession s'est appuyée sur des structures pas très "vendeuses". Il fallait déjà retravailler cette image.» Hier comme aujourd'hui, la qualité de l'accueil a ainsi toujours été une priorité. Climatisation, chauffage, parquet flottant, canapés en cuir : les points de vente soignent les clients avec un cadre agréable et chaleureux.

Une plateforme avec 40 000 enveloppes

Le contenant n'étant rien sans le contenu, l'enseigne s'est, dès le départ, attachée à offrir une qualité de conseil et de service optimale. «On est des vrais pneumaticiens!», martèle le fondateur. Pour répondre à toutes les demandes, Idéal Pneu mise donc sur des gammes larges, essentiellement premium, et du stock, beaucoup

de stock, pour ne pas perdre de temps. Environ un millier d'enveloppes sont disponibles dans chaque centre. Dernier élément forgeant la stratégie maison : pour se démarquer de ses confrères, Franck Pabion n'a pas hésité à casser les codes du marché en s'alignant sur les tarifs pratiqués en ligne. On imagine bien qu'à l'époque,

«La notion de franchise est mieux identifiée que celle de licence, elle parle davantage aux gens et elle les rassure»

cette initiative a dû faire grincer quelques dents... Toujours est-il que ce nouveau concept fondé sur un service de qualité vendu à bas prix, rendu possible par des frais de structure limités (48 salariés), trouve rapidement son public. Trois ans après Meyzieu, un nouveau centre voit le jour à Villeurbanne (69) puis deux autres, en 2012,

à Saint-Genis-Laval (69) et à Forges, ce qui permet au réseau de s'implanter sur un nouveau département, l'Isère en l'occurrence. C'est aussi cette année-là qu'une licence de marque voit le jour, pour accélérer le développement. En 2014, Franck Pabion cède les commandes du centre de Villeurbanne pour ouvrir un nouveau site à Tignieu-Jamezieu (38) et surtout, il s'attaque à un autre projet d'envergure.

40 000 pneus stockés

Pour soutenir sa croissance, le dirigeant investit dans une plateforme logistique, toujours à Tignieu (où se trouvent désormais le siège et le centre de formation), où sont stockés plus de 40 000 pneumatiques. Un vrai atout pour une structure de cette taille et pour un indépendant qui assure à tous les points de vente d'être réapprovisionnés plusieurs fois par jour. Ces dernières années, d'autres implantations – Saint-Egrève (38), Dardilly (69), Arnas (69) – sont venues compléter le maillage. En 2017, il a aussi été acté de transposer la licence en franchise, dans un souci de visibilité et de confiance. «La notion de franchise est mieux identifiée, elle parle davantage aux gens et elle les rassure», note le dirigeant. Pour y accéder, il faut compter sur un apport de 60 000 euros pour un investissement global d'environ 200 000 euros comprenant l'aménagement du magasin, le matériel et la formation. En outre, un droit d'entrée de 5 000 euros et 3 % de royalties est également demandé par Idéal Pneu. Sur le plan de la



Franck Pabion a travaillé pendant quinze ans chez SLPA avant de fonder, en 2005, le réseau Idéal Pneu.

*On a des clients qui viennent d'un peu partout et s'arrêtent chez nous pour profiter de ce service avant de passer leur semaine de vacances. On a aussi des sociétés qui, pour des missions épi-
sodiques, en Suisse par exemple, font appel à nous.»*

Le dirigeant se félicite de voir que son innovation n'a pas cannibalisé ses propres ventes hivernales. En effet, 90 % des clients qui louent des pneus dans le réseau n'ont jamais eu recours à ce type de technologie. Une vraie offre de conquête, en somme, facturée en moyenne 170 euros par saison pour une dimension en 17 pouces. Un prix qui garantit le gardiennage des montes été, le montage-démontage de celles hiver et un bilan géométrie. C'est ça aussi qui fait la différence.

Pas d'ambition nationale

Désormais uniquement propriétaire de la marque ainsi que de la plateforme et du centre de Tignieu-Jameyzieu, le fondateur entend pérenniser ce qui a déjà été construit. La stratégie reste la même. Chez Idéal Pneu, la politique tarifaire agressive se

conjugue parfaitement bien avec ce concept de centre premium à la clientèle «milieu voire haut de gamme, avec plus de la moitié de nos ventes en 17 pouces et plus». Pour contenter cette cible tout en améliorant sa productivité, l'enseigne souhaite généraliser des machines de montage automatiques (Corgi ou Hunter) dans ses centres. L'investissement, évalué à plusieurs dizaines de milliers d'euros par équipement, n'a rien d'anodin, mais la direction le juge nécessaire pour rester performant.

En termes de développement, ensuite, peu de grands changements sont à prévoir. Le pragmatisme a toujours guidé la croissance de la société. Si un neuvième centre est attendu dans les prochaines semaines, une expansion au niveau national n'est pas dans les cartons. «Avoir des points de vente à Marseille ou Bordeaux n'aurait pas de sens, juge Franck Pabion. Nous ne pourrions pas avoir la même réactivité qu'actuellement et c'est un vrai problème, d'après nous. On est là pour aider nos franchisés à travailler, pas uniquement pour s'implanter dans telle ou telle région.» À fin 2019, Idéal Pneu présentait un chiffre d'affaires de 8 millions d'euros.

ROMAIN BALLY

situation, aucun impératif n'est fixé, mais les points de vente ont en commun d'être installés dans «des zones de passage» avec un parking assez grand pour recevoir les volumes traités. En effet, chaque Idéal Pneu vend en moyenne à 8000 à 10000 pneus par an. Un succès qui doit beaucoup aux nouveaux services qui sont venus enrichir le «package» initial.

Location de pneus hiver

L'enseigne propose ainsi une solution de jockey qui vient récupérer le véhicule du client à son domicile ou lieu de travail et le lui ramène. Depuis avril 2019, un service de maintenance légère (entretien, vidange...) est également proposé. Prudent et consciencieux, Franck Pabion n'entend pas généraliser la démarche, considérant sa complexité, mais admet qu'elle entre parfaitement dans une démarche de service client. En la matière, le vrai plus d'Idéal Pneu est ailleurs. Voisin des massifs alpins, installé sur la route des principales stations de

ski, la société a développé voilà quatre ans un service innovant de location de pneus hiver à la saison, mais aussi au mois ou même à la semaine. «C'est un gros succès, abonde le dirigeant.

