

3€

www.management.fr

N° 173 MARS 2010

Management

PORTRAITS

Ils ont réussi sans diplôme
mais avec plein d'idées P.10

*Le témoignage de
Stéphane Richard,
nouveau patron
de France Télécom*

CAS D'ENTREPRISE

Apple, Nestlé, Bouygues,
Essilor, Leroy Merlin,
LG, Kiloutou... P.48

COACHING

Pour motiver vos
équipes, actionnez
les bons leviers P.92

Surmontez votre STRESS

P.2

- ▶ Identifier les vraies raisons de son mal-être
- ▶ Comment affronter la pression au quotidien
- ▶ Trouver le ton juste face à ses équipes

BEL : 4,10 € - CH :
7,70 FS - CAN : 9,75 \$
- ESP : 5 € - GR :
4,60 € - LUX : 4 € -
PORT. CONT. : 5 € -
DOM Avion : 6,30 € -
Maroc : 45 DH -
Tunisie : 4 700 DTU
- Zone CFA avion :
4 300 CFA - Zone CFP
avion : 1 500 CFP.



THIERRY ET PHILIPPE KOENIG, FONDATEURS D'AUTO IES

Les conducteurs les adorent, les constructeurs les détestent

Les créateurs du leader français de la vente de voitures neuves sur Internet proposent des véhicules à des prix imbattables. De quoi faire des jaloux...

A lors, pas trop dur le voyage depuis Paris?» s'enquièreent les frères Koenig sur le quai de la gare de Saint-Germain-des-Fossés, au cœur de l'Allier. Deux heures de train, une heure d'attente en rase campagne puis une heure de micheline omnibus : visiter la plus grande concession automobile de France se mérite. Encore vingt minutes de petites routes, et nous voilà arrivés. Devant nous, un simple bâtiment... et pas la moindre voiture à l'horizon.

L'explication de ce mystère? Philippe et Thierry Koenig, 46 et 42 ans, sont les fondateurs d'Auto IES, le leader français de la vente de voitures neuves sur Internet. En fait de concession, la leur est purement virtuelle! Cette affaire, qu'ils détiennent à 88%, affiche d'ailleurs une santé insolente quand l'industrie automobile reste sous surveillance après avoir frôlé la catastrophe. En 2009, ils ont vendu près de 8 000 véhicules pour un chiffre d'affaires de 76 millions d'euros, en progression de 18% en un an. Leur secret? Ferrer le chaland avec des rabais qui en ont sous le capot : -40% sur une Alfa Romeo GT, -35%

sur une Renault Grand Espace, -33% sur une Citroën C4. En moyenne, les prix sont inférieurs de 27% à ceux des constructeurs, et cela sur 5 000 modèles de 30 marques. Même sur un succès commercial comme la Fiat 500, les frères offrent 10% de ristourne, quand le plus fin des négociateurs arracherait 3% à son concessionnaire. De quoi être cordialement détestés par la profession.

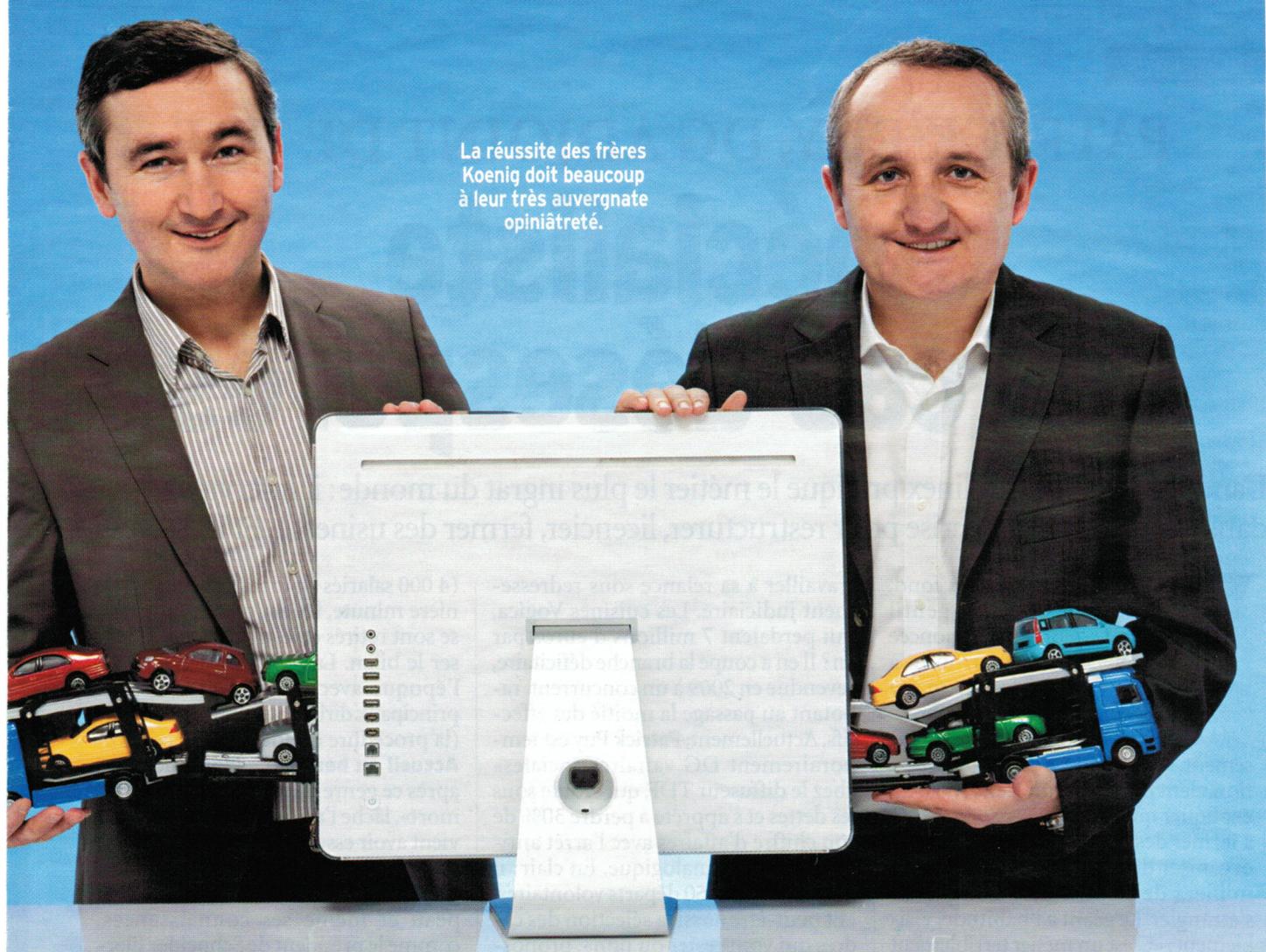
Injuriés, mais courtisés. Leur recette pour casser les prix? Quatre commerçants et un réseau de 500 correspondants à travers l'Europe pistent en permanence les meilleurs prix dans la zone euro. Un canal qui ne représente cependant que 30% de leur approvisionnement. Le reste vient... des concessionnaires français! «Pour toucher les primes des constructeurs, qui constituent l'essentiel de leur revenu, ils doivent impérativement atteindre leurs objectifs de vente annuels», explique Philippe, président de la société, aussi discret et posé que son cadet de quatre ans est parfois gouaillieur et impulsif. Voilà pourquoi la distribution classique pactise ainsi avec ceux qu'elle a longtemps traités de «cancer de la profession». Et les concessionnaires ne sont pas les seuls à se tourner vers Auto IES pour boucler

les fins de mois : avec la crise, certains constructeurs, dont Thierry et Philippe préfèrent taire le nom, ont carrément appelé les deux frangins pour leur refiler discrètement leurs invendus.

Certes, les ventes de véhicules neufs sur Internet en France restent marginales : entre 4 et 5%, selon les estimations des professionnels. Mais de plus en plus d'acheteurs se laissent séduire par les ristournes d'Auto IES. «Tant que les constructeurs imposeront à leurs réseaux d'investir dans des cathédrales, nous pourrions dormir sur nos deux oreilles», résume, un sourire en coin, Thierry, chargé du développement. Il peut en effet montrer un visage radieux : malgré ses prix discount, Auto IES dégage une marge nette de 3%, contre 1 à 2% pour les concessionnaires traditionnels. Chez Renault, on joue les indifférents tout en certifiant qu'Auto IES et leurs semblables n'assurent pas le même service que leurs collègues. Faux, répondent Philippe et Thierry d'une seule voix : «Ce sont des voitures neuves avec une garantie constructeur identique.»

Non contents de jouer les trublions de la distribution, ces deux passionnés de belles autos - Philippe roule en As-

La réussite des frères Koenig doit beaucoup à leur très auvergnate opiniâtreté.



ton Martin Vantage et Thierry en 4 x 4 Volkswagen Touareg – ont fait de leur site une référence en matière de prix. De nombreux acheteurs brandissent le tarif IES au nez de concessionnaires impuissants. Avec plus de 1 million de visiteurs uniques chaque mois, Auto IES enregistre plus de consultations que les sites des grands constructeurs.

Goût de l'aventure. La profession enrage, les frères Koenig, eux, savourent. Car, avant d'en arriver là, ils en ont connu des ratés. Retour au début de l'aventure, en 1987. Philippe a 24 ans et une confortable situation d'informaticien dans une banque. Thierry, 19 ans, s'apprête, lui, à intégrer une école de commerce. Ils découvrent alors une étude qui montre les énormes différences de prix sur les voitures neuves en Europe, réalisée par un ingénieur belge qui deviendra leur compagnon de route pendant onze ans. Avec seulement 50 000 euros de mise de départ, ils décident de se lancer. Un goût de l'aventure hérité d'un père géologue, grand voyageur. Installée dans un bureau de 9 mè-

tres carrés dans le 11^e arrondissement de Paris, la fratrie enchaîne les journées à rallonge, le téléphone calé sur l'oreille pour répondre aux clients pêchés sur le Minitel. Sans aucune dispute. «On est comme des jumeaux, on se comprend à demi-mot», assure Thierry.

Pourtant, les trois premières années sont terribles : commandes bloquées par les constructeurs (ce qui est pourtant illégal), réputation d'escrocs taillée par les concessionnaires, fins de mois acrobatiques... Mais leur opiniâtreté va payer. Un banquier, qui leur a acheté une voiture, accepte de les aider. La migration vers Internet en 2002 achève de les propulser sur la route du succès.

Projets européens. Une croissance qui va les décider à rentrer dans leur région d'origine, l'Auvergne, en 2007. «Les loyers sont moins chers mais c'est surtout un choix de vie, souligne Philippe. Nous avons des enfants en bas âge.» Pour les livraisons, ils ont investi dans une plate-forme principale située dans le Val-d'Oise et dans seize autres réparties à travers la

France. «Un client parcourt au maximum 200 kilomètres pour récupérer sa voiture», se félicite Thierry.

Nos deux Auvergnats ne comptent pas s'arrêter en si bon chemin : ils veulent multiplier les partenariats, comme ceux déjà conclus avec Mistergooddeal ou Cdiscount. Un onglet «voitures» est accessible depuis le site de ces commerçants, lesquels touchent une commission sur chaque véhicule acheté. Auto IES réalise 20% de ses ventes par ce biais. «Mais notre principale ambition, c'est d'ouvrir d'autres sites en Europe», révèle Philippe. S'ils font déjà 30% de leur chiffre d'affaires à l'international, c'est pour l'instant avec des professionnels. Des projets qui, espèrent-ils, devraient leur permettre de dépasser les 150 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2013. «Ils peuvent être confiants, déclare Flavien Neuvy, directeur de l'observatoire Cetelem de l'automobile. Avec l'arrivée des jeunes générations férues d'Internet, ce marché devrait exploser.» N'en déplaise aux constructeurs de cathédrales... ■ **Emmanuel Botta**