

Otop : Newdis ose la distribution... disruptive

vendredi, 09 février 2018

C'est un concept résolument novateur que Franck Millet, ancien directeur général de Doyen, entend proposer aux réparateurs. Avec Newdis et sa marque Otop, il a pris le meilleur des deux mondes de la distribution, physique et digital, pour ouvrir une troisième voie faite de prix web sans se départir du service...

[YouTube Video](#)

Vidéo de présentation du concept

Newdis débarque en France la semaine prochaine. Avec sa marque et son réseau Otop. Newdis est un nouvel acteur de la distribution créé par 4 actionnaires dont trois sont issus du sérail Doyen Auto : Franck Millet, ancien directeur général du distributeur belge, Harry Pottiez, lui aussi passé par ce poste, Raphaël Auquier, en charge de la technique et Michel Delville, rompu à la finance après plusieurs années passées comme contrôleur financier dans des grands groupes dont Alstom, Imerys ou Schlumberger.

Ces fins connaisseurs du monde de la distribution traditionnelle sont arrivés à un constat : tandis que les professionnels continuent de vendre 90% des pièces vers les consommateurs finaux, ils subissent un dépositionnement prix vis-à-vis du web, où le do-iteur obtient des tarifs auxquels même un pro ne peut prétendre auprès de son distributeur !

Les réparateurs déjà en recherche de solutions

Malgré cela, les réparateurs continuent de s'approvisionner par la voie 'classique' car celle-ci reste encore la seule à leur proposer des services qu'ils estiment nécessaires : livraison à H+2 à H+4 plusieurs fois par jour, support vente et marketing (pour les réseaux de réparateurs), formation, gestion des retours et des garanties, délais de paiement, etc.

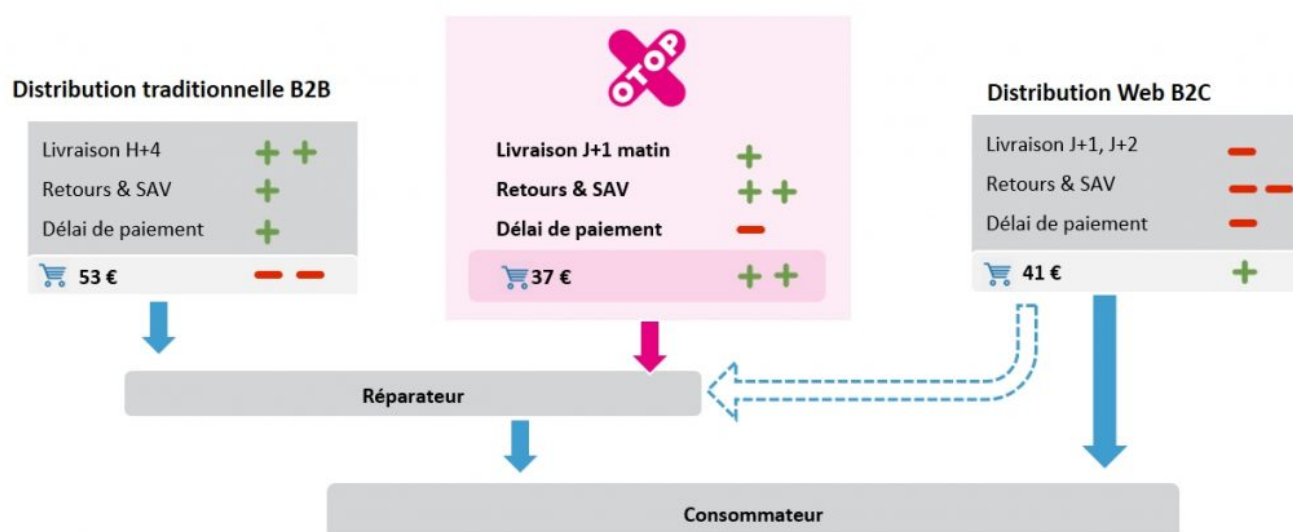
Des services –et un circuit long– qui ont un prix, et que certains réparateurs finissent d'ailleurs par délaisser en partie pour rééquilibrer leur business model. En 2014 déjà, nous avons même identifié la multiplication de réparateurs changeant de code NAF pour pouvoir s'approvisionner directement auprès des plateformes régionales (voir [«La possible et dangereuse multiplication des réparateurs 4532Z»](#).) Ils étaient 5 043 recensés sous ce code NAF en 2012 contre 4 427 en 2010. Et on en dénombrait 6 362 fin 2015. Sans oublier l'essentiel : les réparateurs qui, de plus en plus, s'approvisionnent en dépannage auprès des sites de ventes de pièces en ligne.

La troisième voie Otop, ou comment concilier l'inconciliable...

Conscients de tout cela, Franck Millet et ses associés se sont donc attelés à résoudre la quadrature du cercle : comment proposer un modèle de distribution exclusivement B2B, innovant et redonnant de la compétitivité aux clients réparateurs ? En conjuguant le meilleur des deux mondes : rivaliser avec les *pure-players* d'internet en termes de prix, mais en proposant une qualité de service digne des standards de la distribution traditionnelle (voir aussi notre analyse : [«Newdis/Otop remettra-t-il le réparateur au](#)

[centre du marché ?](#)».

Pour cela, Newdis a dû revisiter la *supply chain* pour la raccourcir, digitaliser au maximum les opérations et les transactions, rationaliser l'offre et le stock, repenser le 'parcours client'. Pour proposer *in fine* un rapport prix/service qui semble tout simplement imbattable. Car Otop promet des livraisons à J+1 (avec des frais de livraison unique établis à 6,90€, quel que soit le volume de la commande), des prix plus compétitifs encore que ceux du web B2C (voir le document ci-dessous), mais avec du service comme la gestion des retours –illimités et gratuits pendant 15 jours–, celle des garanties et l'accompagnement des clients dans l'utilisation de l'outil de commande otop.pro par les livreurs-conseillers.



En

conjuguant le meilleur des deux mondes, Otop défriche une troisième voie dans la distribution de pièce. Notez le taux de remise faite aux pros plus importante que les prix pratiqués par les sites B2C (cliquez pour agrandir l'image)...

J+1 ? N'est-ce pas un premier écueil sérieux lorsque l'on se veut un concept révolutionnaire de distribution de pièces ? « *Nous ne prétendons pas vouloir nous substituer en totalité au distributeur traditionnel qui lui est au plus proche de ses clients notamment avec un service de livraison en H+4, explique Franck Millet. En revanche, avec un parc qui bascule progressivement dans l'entretien préventif plutôt que curatif, nombreuses sont les interventions à l'atelier où le besoin de la pièce n'est pas immédiat. En cela, la livraison à J+1 suffit dans la grande majorité des cas.* »

35 000 références à prix web

Proche des acteurs du web sur le plan de sa politique commerciale, Otop ne demande aucun engagement sur un volume de pièces. En outre, Otop.pro, l'extranet proposé gratuitement aux clients réparateurs, est l'outil tout-en-un qui lui permet la consultation du catalogue produits Otop, la commande de pièce, l'édition simple et rapide d'un devis (temps barémés, les plans de révision constructeurs et taux de main d'œuvre ayant été intégrés dans l'outil).

C'est aussi grâce à cet outil que le réparateur pourra se positionner au mieux, en gérant sa marge et

l'éventuelle remise qu'il consentira à son client automobiliste. Cet extranet permet ainsi au réparateur d'accéder à une offre de 35 000 références de pièces, stockée sur le site du prestataire logistique, Deret, et issues de 15 grands équipementiers soit 26 marques couvrant 121 lignes de produit : Ferodo, Valeo, TRW, SKF, Sachs, Goodyear Dunlop, Mahle, Hella, Elf, KS Tools, etc.).

C'est notamment via la rationalisation des stocks –et des fournisseurs équipementiers– que Otop peut proposer en aval des tarifs aussi compétitifs pour les réparateurs : plutôt que de stocker l'intégralité de l'offre de nombreuses marques pour une même fonction afin d'offrir un large choix aux professionnels (comme cela se pratique sur les sites web grand public), Otop préfère optimiser ses stocks et son taux de service en prenant le parti de constituer ses gammes avec l'offre de plusieurs équipementiers (par exemple 3 marques pour construire l'offre freinage Otop qui compte 1 623 références). Pour le réparateur, c'est simple : otop.pro lui propose une seule référence par application, définie en fonction du meilleur rapport disponibilité/prix du moment... mais toujours fournie par un équipementier premium.

Vers 181 centres de service à l'horizon 2021



Digitalisation du métier oblige, un simple smartphone suffira pour gérer l'ensemble des applicatifs métiers du livreur-conseiller Otop

La promesse de proximité d'Otop va se matérialiser en un réseau de centres de service en local. Ce sont eux qui, livrés de nuit par le logisticien Deret en sas sécurisé, assureront en local l'approvisionnement des commandes des réparateurs entre 7h30 et 11h30. A noter la possibilité pour le professionnel de venir récupérer lui-même son (ses) colis dès 7 heures du matin.

Parce que l'ensemble du concept est nouveau, il affiche un niveau de digitalisation inédit dans ce métier. Dans les centres en effet, pas d'informatique : il suffit d'un smartphone à tout faire pour orchestrer toute l'activité. Il embarque une appli métier Otop permettant de réceptionner les colis livrés durant la nuit, d'optimiser la tournée pour les livraisons, d'assurer la gestion des retours et des garanties, ou encore de gérer d'éventuelles anomalies.



Franck Millet, CEO de Newdis/Otop: le déploiement ex-nihilo du réseau sera quasi-« industriel ».

181 zones ont été définies pour mailler le territoire (pour un rayon de livraison limité à 45 minutes maxi), et qui seront couvertes par autant de centres Otop. Aussi le déploiement *ex-nihilo* de ce réseau devra-t-il être quasi-« industriel » selon les mots de Franck Millet. Les centres de service prendront la forme de filiales (32 sont prévues en 2018) mais aussi et surtout de franchises. Des structures souples, et ne nécessitant qu'un apport limité car compris entre 25 et 35 K€ pour un coût global de structure estimé à 80 k€. Les futurs franchisés seront sélectionnés par un prestataire 'extérieur', Franchise & Co, dont le patron n'est autre que Thierry Donini, ancien directeur du réseau de franchisés API (Doyen)...

Le lancement opérationnel de la marque Otop intervient lundi prochain avec l'ouverture de 3 filiales à Orléans, Tours et Chartres. Le concept va se rôder durant les mois suivants avant de voir les premières franchises s'implanter en septembre, au rythme de 3 ouvertures par mois. « *Le réseau de centres de service Otop devrait ainsi compter 42 centres d'ici la fin de l'année, précise le fondateur de Newdis, puis 128 centres à fin 2019 à raison de 6 à 8 ouvertures par mois, pour parvenir à 181 centres l'année suivante.* » Pour constituer son réseau de centres de services, Newdis-Otop ne se donne donc que deux ans et demi...

Un business plan ambitieux

En Parallèle, il va s'atteler à communiquer auprès de deux cibles de pros. La cible prioritaire comprend les 19 000 MRA et agents de marque en France, les seconds cités ayant eux aussi des besoins pour leur activité multimarque. Cette population sera visitée par l'équipe de développement Otop. La seconde cible est constituée des 12 000 centres auto, pneumaticiens et concessionnaires. Ceux-là seront touchés avec

une opération de publipostage.

« *L'objectif est de toucher à terme 1/3 des professionnels de l'entretien-réparation avec un compte actif Otop, déclare Michel Delville. En tant que fournisseur intervenant en complément auprès du réparateur, nous ambitionnons de conquérir entre 10 et 30% de ses achats, soit un panier moyen de +/- 1 600 € par mois.* » Aussi, le plan de marche en termes de CA est de 13,9 M€ à la fin 2018, 86,4 à fin 2019, 177,7 à fin 2020 et 225,4 à fin 2021. En d'autres termes, « *sur un marché estimé à 6,5 mds d'€, Newdis et sa marque Otop souhaitent atteindre 3,5% de parts de marché* », poursuit-il.

Voir débarquer un nouveau distributeur sur un marché déjà largement pourvu d'acteur est osé. Mais le pari, au regard du concept éminemment novateur, pourrait bien fonctionner. S'il attaque frontalement les Oscaro ou Mister-Auto sur la part –toujours difficile à estimer mais réputée grandissante- des pros qui commandent sur la toile, il pourrait également rallier à sa cause les pros s'adressant aux jobbeurs. Ou prendre des clients auprès de distributeurs qui ne sont plus réellement en mesure de fournir des services à même de justifier les écarts de prix entre commerce physique et commerce digitale de la pièce...



Un nouveau distributeur, Newdis, et une nouvelle marque, Otop, débarquent en France lundi prochain...