



EBP MéCa veut "doubler l'activité dans les quatre ans à venir"

Au mois d'avril 2019, EBP Méca lèvera le voile sur la nouvelle version de son DMS dédié aux ateliers mécaniques. En avant-première, Etienne Astruc, le PDG, a confié des éléments sur les ambitions de l'éditeur.

Votre présence à la convention organisée par Axess n'est pas liée au hasard. Que peut-on dire de cette relation entre EBP MéCa et la société de service valentinoise ?

Etienne Astruc. Cela remonte à l'accord que nous avons passé avec Renault au début des années 2000. Comme Axess distribuait une autre solution DMS qui n'était pas homologuée par le constructeur, alors le virage a été pris pour se rapprocher d'EBP, qui faisait partie des plans de Renault. A l'époque, nous développons une solution sous Windows, ce qui était innovant.

Ensemble, nous avons équipé plus de 160 agents de la marque au losange, depuis cette date, sur les 600 que nous couvrons au travers de cette collaboration.

Quel est le périmètre d'EBP MéCa à ce jour, sur le territoire ?

EA. Nous comptons 6 000 garages actifs dont 2 500 sont connectés à nos outils. En tout, nous réalisons 2 millions d'euros de chiffre d'affaires. En 2018, nous avons conquis 500 nouveaux clients, quand en moyenne nous en ajoutons 300 par an. Cette croissance remarquable découle du besoin en équipement, notamment depuis l'instauration de la loi anti-fraude, et de la volonté de maîtriser les données du système. Le marché du DMS n'a rien de stable, il continue de se moderniser. Raison pour laquelle, nous avons doublé notre chiffre d'affaires depuis la création d'EBP MéCa, en 2013.

Que cela présage-t-il comme grands mouvements ?

EA. On prévoit de doubler l'activité à court terme. Nous allons nous développer sur des strates automobiles un peu plus importantes car nous nous intéressons à toutes les entreprises qui facturent de la réparation. EBP MéCa va faire la démonstration de sa conviction.

Cette ambition s'est matérialisée par l'écriture d'un nouveau DMS à dévoiler publiquement le 18 avril prochain. Que pouvez-vous nous en dire ?

EA. Il est plus connecté, il gère mieux les données et rend l'exploitation des informations plus compatibles avec le parcours d'achat du client qui se rend au garage. L'utilisateur disposera d'un moteur de recherche interne au DMS pour accéder aux éléments dont il a besoin. Nous pensons séduire bon nombre de garages d'aujourd'hui et de demain.

Cela n'a rien d'anodin pour un éditeur, d'où part cette idée de réécrire le DMS ?

EA. EBP MéCa souhaite passer de cette logique de DMS et solution de comptabilité à un outil performant de gestion des affaires. On fait en sorte qu'il devienne un mode de communication entre le garage et les clients. Il contribue à aller chercher le potentiel commercial et à le conduire vers l'atelier. Le nerf de la guerre reste le volume d'entrées. Des entreprises comme Feu Vert parviennent à avoir 120 entrées par semaine, quand un garage normal en fait 50. Pourquoi un garagiste ne peut-il pas atteindre de telles dimensions ? Parce que ce qu'il n'a pas forcément les outils et la capacité à se connecter aux systèmes des distributeurs de pièces, qui eux-mêmes entendent développer leurs canaux.

L'Intelligence artificielle est sur toutes les lèvres. Comment vous l'appropriez-vous ?

EA. Nous sommes connectés à l'ensemble des partenaires de l'industrie automobile. Ils se retrouvent dans le DMS et notre intelligence nous la mettons au service de l'exploitation des informations de chacun pour que le garage offre la meilleure expérience à son client. Nous avons des ergonomes et des experts en mégadonnées qui aident à délivrer le produit le plus efficient à nos utilisateurs.

Axess ne cache pas ses ambitions. Avec votre nouveau DMS, quelles sont les vôtres ?

EA. Nous souhaitons doubler l'activité dans les quatre ans à venir. D'abord en renouvelant nos clients actuels, puis en attirant de nouveaux, avant de l'étendre aux pays francophones de l'Afrique du Nord et aux Dom-Tom. Nous n'excluons pas de traduire notre DMS pour s'inviter sur d'autres marchés européens.

Pour finir, qu'en est-il des collaborations avec des start-up aux fonctions complémentaires ?

EA. Nous ne sommes, par définition, fermés à aucune solution tierce. Toutefois il convient de faire bon choix. L'enjeu est d'être capable de filtrer les prétendants pour ne pas noyer les garages avec des innovations parfois trop sophistiquées. Il y a énormément de travail à faire sur le métier

fondamental. Apprenons déjà à maîtriser le rendez-vous en ligne ou encore le suivi du cycle de vie du véhicule. Là, se trouvent les véritables leviers de croissance de l'atelier automobile de demain.

