

Conférence de Presse  
Jeudi 28 février 2008

# DOSSIER PRESSE



## Automobile Club de France

EURLI Rent est l'un des principaux réseaux, en France, de la location de véhicules de courte durée. Sa particularité : il s'agit d'un réseau regroupant exclusivement des loueurs indépendants. Aujourd'hui, EURLI Rent engage un nouveau pari : être pleinement reconnu par la filière et renforcer son maillage par l'intégration de nouveaux adhérents.

# Dossier presse

**EURLI RENT : L'ENERGIE DU RESEAU, ... L'ESPRIT D'INDEPENDANCE**

## 1. LA LOCATION COURTE DUREE : UN MARCHÉ EN PLEINE MUTATION

Forte croissance du marché et des motivations nouvelles de la part des clients

Un contexte très concurrentiel mais ouvert à de nouvelles alternatives

## 2. EURLI : ACTEUR MAJEUR DE LA LOCATION DE VEHICULES (LCD)

Un parc de 18 000 véhicules, parmi les leaders sur le segment des « utilitaires

La capacité de regrouper des loueurs indépendants encore très isolés

## 3. EURLI : L'ENERGIE DU RESEAU,... L'ESPRIT D'INDEPENDANCE

Près de 160 agences sur l'ensemble du territoire pour un service de proximité

La mise en place d'un nouveau label : « Avec EURLI, louez en toute sécurité »

## 4. EURLI : UN MODELE POUR CE TYPE D'ORGANISATION

Les fondamentaux du réseau et les 7 clés de l'efficacité

Des échanges entre professionnels et dirigeants d'entreprises

## 5. EURLI : LA VOLONTE DE FRANCHIR UN NOUVEAU CAP

De nouveaux outils et supports de communication

Un outil extranet puissant à la disposition des adhérents

## 6. EURLI : DEVENIR ADHERENT

Recrutement de nouveaux adhérents pour renforcer le maillage

Critères de recrutement : des professionnels avant tout

## 7. EURLI : FONDATEURS & CHIFFRES CLES DE LA SOCIETE



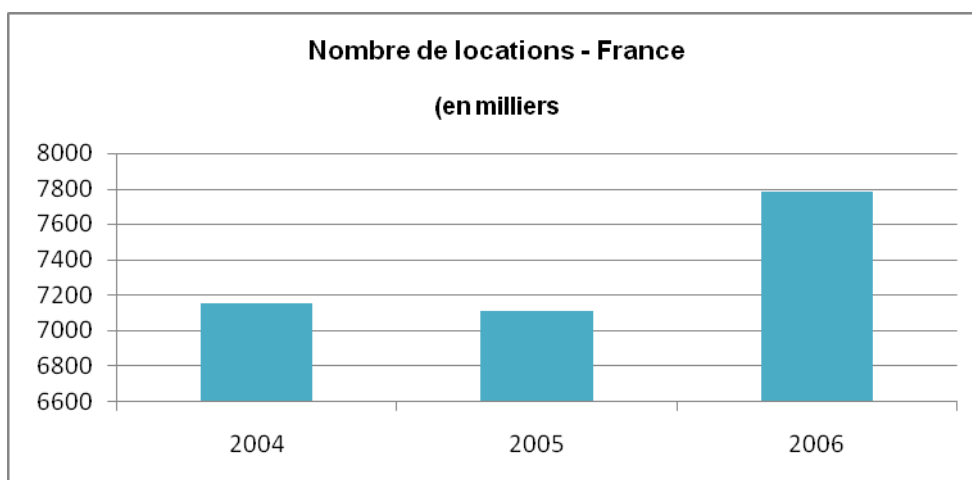
## La Location Courte Durée : un marché en pleine mutation

Après une période un peu mouvementée de 2002 à 2004, le marché de la Location Courte Durée (LCD) a renoué avec la croissance. Le volume d'affaires est estimé à plus de 2,33 milliards d'euros. Avec un parc de 266 000 véhicules, la LCD occupe en France plus de 12 200 salariés. D'année en année, la LCD rentre dans les mœurs : en 2006, près de 2,9 millions de français ont effectué au moins une location. Au total, on compte plus de 7,8 millions de locations en 2006 soit une croissance de 9,4 % par rapport à 2005.

### Un marché en forte croissance, des motivations nouvelles

Les motivations poussant les français (tant les particuliers que les entreprises) à louer plutôt qu'à acheter sont nombreuses : le coût d'entretien du véhicule, la saturation du trafic, les problèmes de stationnement, l'utilisation ponctuelle d'un second véhicule. La LCD a longtemps été associée à un pré-acheminement en train ou en avion, aujourd'hui elle voit ses domaines d'utilisation évoluer rejoignant de nouveaux modes de vie. L'automobile devient de plus en plus un outil de déplacement banalisé contraignant les utilisateurs à de nouveaux modes de gestion de leurs véhicules personnels. La LCD a donc devant elle un avenir prometteur.

Ces nouvelles tendances entraînent une dynamisation du marché. En Europe, la LCD est un marché très concurrentiel où l'Allemagne, le Royaume-Uni et la France représentent à eux-seuls près de 70 %. La France accuse encore un retard vis-à-vis de ses voisins européens. La part de marché de l'Allemagne est évaluée à près de 24 % contre seulement 17 % pour la France. Mais ces marchés ne sont pas homogènes : la location d'affaires est primordiale en Allemagne où l'on note une forte demande de véhicules haut de gamme. En France, par contre, la complémentarité entre loisirs et affaires est mieux équilibrée.



Source : CNPA (07/2007) – La location de courte durée en France

### Un contexte très concurrentiel mais ouvert à de nouvelles alternatives

En France, le marché traditionnel de la LCD est dominé par 3 grandes enseignes (Europcar, Avis et Hertz) mais l'émergence de nouveaux entrants (constructeurs, grande distribution, ...) a bousculé le jeu concurrentiel. De plus, face à ces nouvelles pratiques de la location, la concurrence s'est diversifiée, chacun des acteurs cherchant à faire valoir ses différences et ses atouts (couverture géographique, prix, services, spécialisation sur des types de véhicules).

Les loueurs indépendants qui jouent la carte d'un service de proximité ont, de ce point de vue, un potentiel de développement intéressant à la condition de conserver leur compétitivité.

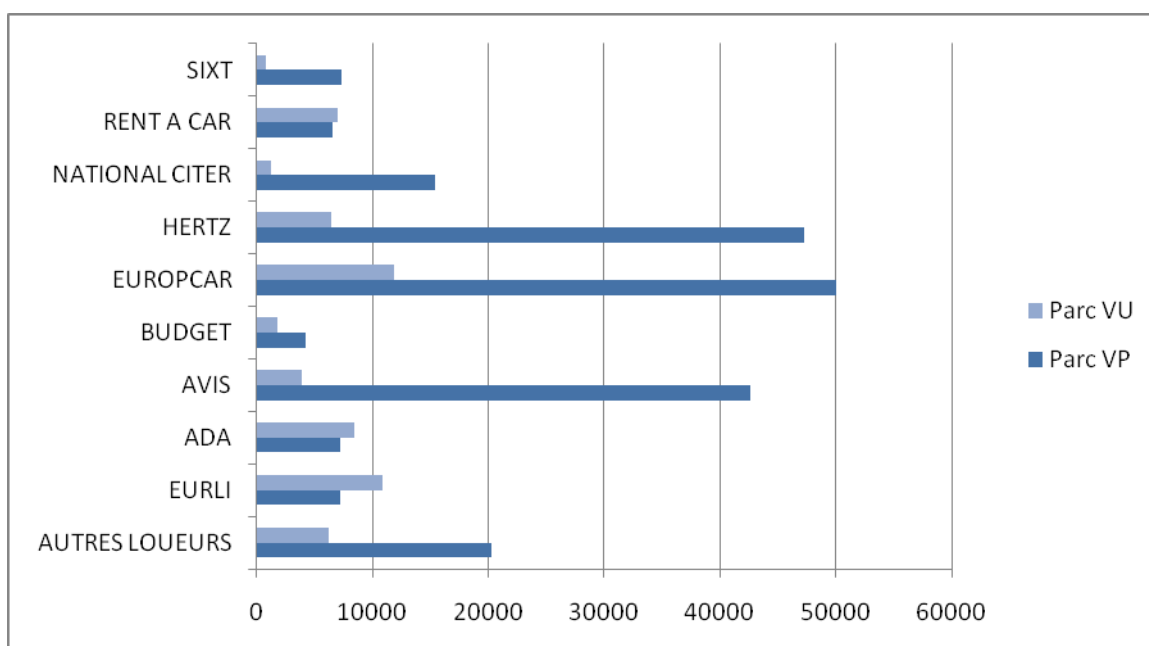
## EURLI Rent : acteur majeur de la location de véhicules

Avec un parc de près de 18 000 véhicules, EURLI s'inscrit aujourd'hui parmi les principaux acteurs du marché de la location de véhicules courte durée. Son enseigne est pourtant assez peu connue, ses dirigeants peu sollicités par les médias. « *C'est normal* », disent-ils, « *car nous sommes avant tout un réseau d'indépendants, au départ, sans vocation commerciale vis-à-vis du client final* ».

Les entreprises performantes savent faire preuve de discrétion pour consolider leurs acquis et rôder leur savoir-faire. C'est le cas du réseau EURLI Rent qui, depuis sa création, s'est surtout focalisé sur sa vocation initiale d'optimisation des achats pour ses membres. Mais aujourd'hui, au stade de la maturité, EURLI Rent souhaite sortir de l'ombre pour bénéficier d'une meilleure visibilité de la part de la filière et fournir aux loueurs indépendants de nouvelles opportunités.

### L'un des leaders sur le segment des utilitaires

Ainsi, la force de frappe que représente EURLI est d'abord et avant tout constituée par ses membres, tous des professionnels indépendants de la location. Particularité de ce réseau : sa place comme l'un des leaders sur le segment des véhicules dits « utilitaires ». Au vu des chiffres du CNPA, EURLI occupe la seconde position juste derrière Europcar en « VU ». En « VP », segment dominé par les grandes enseignes (avec des parcs supérieurs à 15 000 véhicules), EURLI tire son épingle du jeu en ayant déjà rejoint le peloton des poursuivants avec ADA, Rent a Car et Sixt (parc de 7 000 véhicules environ chacun).



Source : CNPA (07/2007) – La location de courte durée en France

### Part significative des loueurs indépendants encore très isolés

Ces chiffres montrent également la part très significative occupée par les autres loueurs (il s'agit pour la majorité d'entre eux de loueurs indépendants de petite taille) qui pourraient représenter un poids plus important s'ils bénéficiaient d'un cadre d'organisation plus structurant.

La capacité d'un réseau, comme EURLI, d'attirer ces PME peut constituer un événement important dans l'évolution de ce panorama.

## EURLI : L'énergie du réseau,... L'esprit d'indépendance

La philosophie du réseau EURLI est simple : faire travailler ensemble des entrepreneurs convaincus que l'isolement n'est pas la solution mais attachés à leur indépendance et à leur libre initiative. Le premier noyau regroupait moins d'une dizaine de loueurs. Aujourd'hui, ce sont près de 40 chefs d'entreprises qui font l'expérience au quotidien de la vie en réseau. Tous ont rejoint EURLI parce qu'ils sont des professionnels de la location courte durée, qu'ils recherchent les moyens de développer leur compétitivité au contact des réalités du métier, en s'impliquant au sein d'un réseau qui respecte leur identité.

### Une couverture de 160 agences pour un service de proximité

Au total, EURLI représente près de 160 agences couvrant l'ensemble du territoire pour un service de proximité. Cette proximité est un argument de vente important pour toutes ces PME attachées à leur ancrage local, régional et de la reconnaissance dont ils bénéficient auprès des acteurs économiques en place. Les membres EURLI ont, pour certains d'entre eux, des taux de croissance bien supérieurs à la moyenne de la filière car ils peuvent à la fois compter sur la force du réseau et sur leur propre capacité de différenciation et d'innovation.

Contrairement aux enseignes de franchisés, où la standardisation est de rigueur, les membres du réseau EURLI affichent leurs particularités pour mieux capter les besoins de leurs clients : les uns en axant leur démarche sur des services haut de gamme et sur mesure, les autres en proposant des véhicules spéciaux (en particulier dans l'utilitaire) ou en recourant aux nouveaux outils et supports de communication (internet, réseaux).

### Un nouveau label : gage de qualité de service

Le réseau EURLI souhaite aujourd'hui valoriser son image à la fois auprès de ses partenaires (constructeurs, concessionnaires) et de la clientèle (particuliers et entreprises) qui exige de plus en plus de sécurité et d'engagement. La mise en place d'un nouveau slogan « Avec EURLI, louez en toute sécurité » répond à cette double exigence.

Pour M. Denis Martin, PDG du réseau, ce label doit contribuer au renforcement de la confiance : « ... beaucoup de clients potentiels sont encore hésitants à faire le pas de la location car ils craignent que cela soit compliqué, voire risqué... avec le label EURLI, nous voulons tout simplement partager avec nos clients, grâce à des engagements simples et précis, ce que nous expérimentons tous les jours avec succès dans nos agences ».



#### Avantages du label EURLI

Vis-à-vis des constructeurs : plus de crédibilité, plus de visibilité

Vis-à-vis des concurrents : plus de différenciation, plus d'affirmation

Vis-à-vis des clients : plus de confiance, plus de fidélisation

En effet, cet outil de communication s'appuie sur une charte d'engagement reprenant les « moments forts » du cycle de la location (au devis, à la remise des clés, au retour,...) en explicitant les responsabilités et engagements du loueur. Tous les membres signataires de cette charte pourront mettre en évidence ce visuel en l'affichant d'une manière visible dans les agences. Tous les clients auront désormais la possibilité, via le nouveau site internet que le réseau EURLI met en ligne à cette occasion, de faire part de leurs expériences quelles qu'elles soient.

## EURLI Rent : un modèle pour ce type d'organisation

Dans le secteur de la location de véhicules, le modèle de la franchise a longtemps été dominant. Les grandes enseignes sont toujours en place mais le jeu concurrentiel reste très ouvert. Selon le CNPA (branche loueurs), les indépendants représenteraient plus du quart des agences implantées en France. Ainsi, si le modèle de la franchise a ses partisans, il ne constitue en aucun cas la panacée : de nombreux « déçus » de la franchise essaient de retrouver plus de liberté. Dans ce contexte, le réseau EURLI avec sa spécificité peut se targuer d'une véritable réussite pour ses adhérents, tous indépendants convaincus.

### Les fondamentaux du réseau

L'organisation d'EURLI se veut une référence pour les loueurs indépendants ayant un potentiel de développement. Les principes à la base de sa réussite se résument autour des trois points suivants :

- La force de négociation : à la base du projet initial, cette force a permis de consolider l'organisation en renforçant la compétitivité de chacun des adhérents.
- La capacité de mutualisation : absolument nécessaire pour donner au réseau une réelle dynamique et atteindre ses objectifs (par exemple ceux liés aux protocoles nécessitant l'énergie de tous).
- L'esprit d'innovation et d'ouverture : pour toujours aller de l'avant et prendre en compte les données du marché, la concurrence, l'impact des nouvelles technologies (internet, gestion de parc).

### Les 7 clés de l'efficacité

Les clés de ce succès résident, selon M. Alexandre Kiatibian, DG du réseau « ... dans notre capacité à rester fidèle aux principes de base conciliant l'initiative individuelle et l'esprit d'équipe, à rechercher en permanence, avec rigueur et pugnacité, des relations pérennes avec les constructeurs, à associer tous nos membres aux enjeux de notre développement en s'obligeant à des remises en cause fréquentes.... ».

Bref, un « business model » à imiter, pouvant servir de références aux PME isolées dans la location comme dans beaucoup d'autres secteurs d'activité.



### Quels avantages avez-vous obtenu au sein du réseau EURLI ?

« Avant je négociais de gré à gré avec mes fournisseurs et concessionnaires : les remises et les conditions de « buy back ». Cela implique une dépense d'énergie importante et de fréquentes remises en question.

Avec EURLI, c'est beaucoup plus simple, car on a des protocoles nationaux. Quand je vais chez le concessionnaire, je n'ai pas à m'embêter... il me suffit de dire que je suis « membre du réseau EURLI » et je bénéficie des conditions d'achat d'EURLI... C'est un « plus » non négligeable vis-à-vis de ce que je pouvais obtenir en négociant seul.

En plus de la facilité que cela procure, cela donne de la crédibilité auprès des fournisseurs. L'appartenance à un réseau est valorisante dans la relation. Et cela m'a donné la possibilité d'accéder à des marques avec lesquelles je ne travaillais pas. EURLI nous donne une meilleure image, la négociation est mieux structurée. Il suffit de dire « je suis adhérent EURLI », cela fait plus sérieux. »

M. Sylvain STAGNARO – ASD Location (membre depuis 2004)

## Des échanges entre professionnels et dirigeants d'entreprises

Le réseau organise également de nombreuses réunions favorisant les échanges sur différents sujets constituant les principaux points de sensibilisation des adhérents : tarification, réglementation, assistance, marketing, relation et fidélisation des clients, vente d'occasion,....

La particularité de ces animations : les adhérents ont tous le sentiment d'être partie prenante d'un même projet et d'être réunis en tant que « chefs d'entreprise ». Les réunions peuvent être organisées sous forme de conférences, de réunions d'information ou d'ateliers où les expériences vécues sont partagées.

### **Comment résumeriez-vous tous ces avantages d'appartenir au réseau EURLI ?**

*« Hormis l'avantage financier incontestable et très conséquent au niveau des achats, ... c'est le lien qui existe entre des entrepreneurs indépendants. Au lieu de rester isolés,...*

*Or dans le réseau EURLI, même si l'on peut être concurrents cela n'empêche pas la discussion, des échanges positifs pour tous,... C'est important de bénéficier de la force du réseau tout en restant indépendant ... »*

*M. Sylvain Stagnaro - ASD Location (Cannes)*

La qualité des échanges entre adhérents constitue à elle seule un atout de taille pour sortir de l'isolement dans lequel se trouvent souvent confinés les indépendants. Ces chefs d'entreprise doivent en permanence effectuer des choix (gamme de véhicules, offre de services, gestion et fidélisation de la clientèle, tarification, aménagement des agences, planning des ressources et du personnel, recrutement, revente des véhicules...) souvent d'autant plus difficiles à régler qu'ils sont soumis à la pression concurrentielle.

### **Que diriez-vous à des candidats potentiels ?**

*« Seuls, on n'avance pas assez vite. Si je prends mon propre cas, je reconnais avoir tenté des expériences grâce aux conseils que j'ai pu obtenir du réseau. Cela permet d'avancer plus vite et plus loin commercialement. Par exemple, dans le choix du matériel, j'ai pris des décisions qui se sont avérées concluantes sur des produits que je ne faisais pas auparavant, par exemple des bennes double cabine, des 22 m3, etc...Je n'osais pas parce que je situais mal le marché, les tarifs... Avec les collègues, on peut en confiance avancer sur ces questions. »*

*M. Robert Merai - SRA Location (Rouen)*



## EURLI Rent : la volonté de franchir un nouveau cap

Depuis sa création, EURLI par le biais de ses fondateurs et de ses membres s'est toujours attachée à préserver un rythme de développement harmonieux. On peut distinguer 4 étapes dans l'évolution et la montée en puissance de ce réseau.

- La première étape visait à mutualiser la fonction achats afin que chacun puisse accéder à des tarifications plus compétitives.
- La seconde a permis aux adhérents (passés d'une dizaine à une trentaine de sociétés) d'organiser les échanges d'expérience afin d'impulser une nouvelle dimension à leurs relations.
- La troisième étape a permis de professionnaliser les processus internes notamment par la mise au point d'outils informatisés (intranet / extranet) pour une gestion et une transparence accrues.
- La quatrième est celle amorcée depuis quelques mois visant à accélérer le développement du réseau en amplifiant son audience et son attraction.

### De nouveaux outils et supports de communication

Cette volonté de développement consiste à passer d'une approche orientée initialement « achats » à une nouvelle phase d'ouverture sur les marchés. EURLI souhaite aujourd'hui être, pour ses adhérents, un « accélérateur d'opportunités » et pour les clients de ses adhérents une garantie de qualité de service.

Pour accompagner ces ambitions de développement, EURLI Rent s'est dotée d'une panoplie d'outils et de supports de communication, modernes et dynamiques : une nouvelle charte graphique, 2 plaquettes (l'une destinée aux partenaires, aux clients, l'autre aux candidats adhérents), un package de supports (papier à lettre, carte de visite, autocollants) à la disposition des adhérents et une liste consultable de l'ensemble des agences. Un nouveau site internet été lancé en 2007. Une version encore plus interactive est prévue en 2008 ainsi que de nouveaux services et supports en cours de mise au point (en particulier une centrale de réservation et un système plus formalisé de gestion partagée de type « aller sans retour » entre adhérents).



Pour Philippe Latapie, consultant en marketing des services qui a accompagné EURLI Rent dans la mise en place de ces nouveaux supports, « le plus important, aujourd'hui, dans la location de véhicules, ce ne sont pas les véhicules, c'est le fait de proposer aux clients un déplacement sans contrainte offrant toute la



sécurité utile ». Bref, c'est la notion de service qui devient l'enjeu principal. C'est dans cet esprit, que l'agence a travaillé avec l'équipe des dirigeants d'EURLI très attachée à traduire jusque dans les moindres détails, le côté innovant et différenciateur de la formule.

### Un outil extranet puissant à la disposition des adhérents

L'activité de location de courte durée fait appel à des mécanismes plutôt complexes dans les processus opérationnels en particulier de gestion de parc. Pour gérer efficacement l'ensemble des étapes du « cycle de vie » du véhicule, il est désormais impératif de recourir à des outils professionnalisés assurant en permanence une parfaite traçabilité et visibilité des opérations réalisées.

EURLI Rent, par le biais de son prestataire DML Logiciels & Services, a mis au point une solution applicative répondant à ce cahier des charges et permettant aux adhérents d'accéder à leurs données en toute fiabilité.

Les principales fonctionnalités sont regroupées autour des activités suivantes :

- Consulter les protocoles : accès aux contenus des différents accords passés avec les fournisseurs
- Consulter vos engagements : accès aux prévisions et engagements sur les différentes marques
- Consulter votre tableau de bord : accès aux situations personnalisées (performances, ratios)
- Consulter vos achats : accès aux ordres donnés et à la facturation
- Consulter vos résultats : accès aux résultats et engagements du réseau

## EURLI Rent : Devenir adhérent

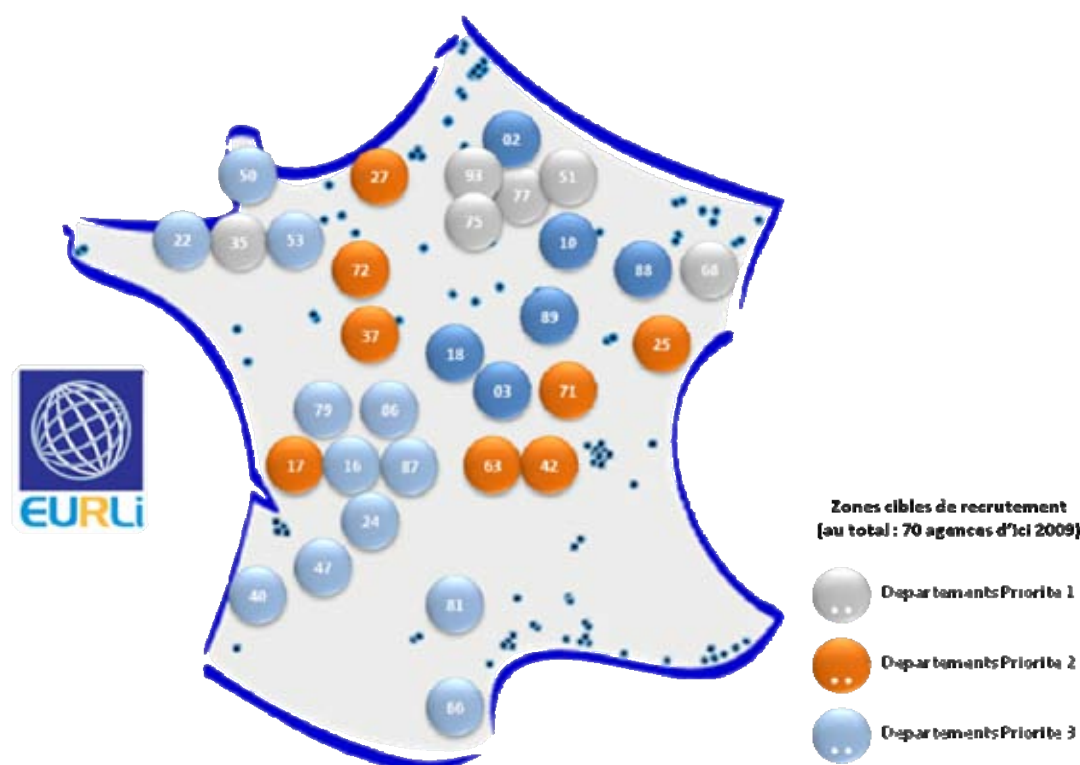
EURLI apparaît ainsi comme une vraie alternative à la franchise pour les indépendants soucieux de leur autonomie mais ambitieux quant à leur développement. De véritables opportunités pour des candidats dynamiques et autonomes sachant que le réseau EURLI a décidé d'élargir ses rangs par le recrutement de nouveaux adhérents.

### Recrutement de nouveaux adhérents

Toujours sensibles au maintien des équilibres du réseau, il ne s'agit pas pour ses dirigeants de lancer une campagne de recrutement, tous azimuts, mais de rechercher d'une manière ciblée des candidats capables par leur propre dynamisme de renforcer le réseau tout en densifiant la couverture géographique.

Au total d'ici fin 2009, EURLI souhaite passer de 160 à 230 agences soit 70 nouvelles implantations.

Tout candidat intéressé par l'approche peut ainsi prendre contact avec les responsables du réseau, notamment par le biais du site internet [www.eurli.com](http://www.eurli.com) qui consacre une large place (« Devenir Adhérent ») à ce sujet avec des conseils et des informations utiles.



Les priorités ont été établies en tenant compte des implantations existantes et du potentiel du département.

### Critères de recrutement : des professionnels de la location avant tout

Les critères d'agrément sont clairement affichés, ils concernent à la fois les fondamentaux et les motivations.

Les fondamentaux : le professionnalisme, l'implantation géographique, la solidité financière et le potentiel de l'entreprise mais aussi les motivations du dirigeant, son degré potentiel d'implication dans le réseau, son positionnement et ses projets de développement.

La démarche à suivre est simple. Pas de droit d'entrée à payer, il suffit de suivre les 5 étapes décrites dans le « Guide de l'adhérent » téléchargeable sur le site :

*Prise de contact – Echanges d'informations / Formulaire de demande d'adhésion à renseigner / Entretiens avec les dirigeants du réseau pour le référencement / Signature du contrat après acceptation du dossier et visite de l'entreprise / Accès personnalisé et sécurisé au site internet – extranet*

Dès le dossier accepté, le nouvel adhérent bénéficie des avantages économiques (protocoles, achats) octroyés à l'ensemble des adhérents et ce, dès l'achat du premier véhicule quel que soit son potentiel d'achat. Il reçoit également de la part des dirigeants toutes les recommandations lui permettant une intégration réussie, il est d'ailleurs prévu un programme d'accompagnement spécifique aux nouveaux adhérents. Il reçoit enfin le nouveau kit Communication lui permettant de faire valoir son appartenance au réseau et de bénéficier d'une crédibilité renforcée auprès de ses fournisseurs et clients.



## Conclusion

Rejoindre EURLI, devient donc aujourd'hui une opportunité tangible sachant, rappelons-le, que ce réseau laisse ses membres, tous loueurs indépendants, responsables de leurs agissements au quotidien dans le respect des règles partagées.

Le slogan « l'énergie du réseau,... l'esprit d'indépendance » n'est pas un concept vain, il est possible d'en faire l'expérience dans la location de véhicules de courte durée.

En conclusion, nous reprendrons cette idée tenant à cœur aux dirigeants de l'entreprise, M. Denis Martin et M. Alexandre Kiatibian : « Avec EURLI, ce que nous voulons démontrer c'est qu'il y a place pour une façon différente de faire de la location, et pour les clients une façon nouvelle de recourir à cette formule en plein développement ».

## EURLI Rent : Fondateurs & Chiffres clés de la société

### Denis Martin, PDG de la société EURLI



Les chemins qui mènent à la location de véhicules sont parfois pleins de surprises. Alors qu'il se destinait au notariat, Denis Martin délaissa cette voie pour reprendre les rennes de l'entreprise familiale spécialisée dans la location de véhicules de transport pétrolier. L'impulsion était donnée.

En 1984, il se lance dans la création, le rachat d'entreprises, pour aboutir aujourd'hui à la tête d'un groupe de LCD, de location et de transport de matières dangereuses, d'une société de services spécialisée dans le gaz GPL. Sa stratégie de recherche de niches d'activités s'est avérée efficace : 200 salariés, un CA consolidé de plus de 30 millions d'euros en sont les témoins. L'innovation, notamment dans la communication, la diversification, vers la prestation de services liés au secteur environnement, sont autant de valeurs ajoutées chez ce PDG persuadé que transparence et réactivité sont les deux moteurs de la réussite.

### Alexandre Kiatibian, Directeur Général EURLI



Indépendant convaincu, il s'est implanté dans la région PACA, où il dirige la société AGL Services, associée au réseau EURLI Rent. Depuis 1975, il s'implique dans le secteur automobile, où une remise en cause permanente s'impose. C'est le contentement du client qui prime chez ce passionné, l'écouter, le satisfaire.

La réussite est au rendez-vous : en trois ans, AGL Services a vu son CA global passer de 7,5 millions d'euros à 11 millions d'euros ! En 2003, il a reçu le trophée DCF (Dirigeants Commerciaux de France) de l'efficacité économique. Cela n'est pas le fait du hasard. Au sein du réseau EURLI Rent, il s'agit de se démarquer des enseignes franchisées, répondre véritablement aux besoins de proximité, d'écoute, proposer un accueil et des services personnalisés. Sa société, à l'instar des adhérents d'EURLI, se positionne sur une niche de marché particulière : les véhicules « propres », de luxe ou encore aménagés. Accueillant les loueurs particuliers, il se focalise plus particulièrement sur les PME, convaincu que c'est par la proximité que ces entreprises en viendront à la location.

### EURLI Rent : Chiffres clés

EURLI RENT		EURLI RENT		Base 2007
Date de création	1989	Nombre de sociétés adhérentes		40
Forme juridique	SAS à conseil d'administration	Nombre d'Agences (France)		160
Capital	300 000 €	CA consolidé (estimation)		95 000 K€
Siège Social	Sully sur Loire (45)	Nombre salariés (estimation)		600
PDG	M. Denis MARTIN	Volume achats/an (véhicules)		7 500
DG Délégué	M. Alexandre KIATIBIAN	Parc disponible (VP & VU)		18 000
		Nombre de locations / mois		40 000

## **Annexe 1 - Extraits de l'entretien auprès de M. Robert Merai Membre du réseau EURLI (SRA Location – 76000 Rouen)**

### **Pourquoi avez-vous rejoint EURLI ?**

« D'abord pour rompre avec l'isolement dans lequel peut se trouver un loueur indépendant. Avoir des contacts, c'est important, il n'y a pas que les conditions d'achat qui comptent. Avoir la possibilité de se comparer, d'avoir des discussions, des échanges avec d'autres collègues du même métier, c'est essentiel. Avec les autres adhérents d'EURLI, nous avons toutes sortes de discussions avec déjà la possibilité de se comparer, de voir comment les autres travaillent, de prendre la « température » du marché sur d'autres régions. La question des prix, par exemple, est importante, leur évolution selon les régions. Il y a aussi le choix des matériels,... »

### **Comment avez-vous été intégré, comment cela s'est-il passé ?**

« Très bien, nous avons des réunions régulières et entre les réunions de réelles opportunités de contacts. Au début, je me suis attaché à beaucoup écouter. Et personnellement, j'ai trouvé cela très enrichissant. Et puis au fur et à mesure, je pense avoir apporté ma contribution. »

### **L'adhésion au réseau EURLI a-t-il contribué au développement de votre entreprise ?**

« C'est incontestable. Le développement de mon entreprise, volume d'achat quadruplé en 5 ans, est lié aux apports dont j'ai pu bénéficier : d'abord du fait des conditions d'achat avantageuses et, je le répète, de la qualité des échanges qui conduit à vous remettre en cause en permanence, ... et donc à progresser. »

### **Comment voyez-vous évoluer le réseau EURLI ?**

« Aujourd'hui, EURLI a atteint un stade de maturité lui permettant d'élargir sa base. Le réseau doit accueillir de nouveaux membres en particulier sur les zones où la couverture est moins dense. Pour le reste, je pense que le slogan d'EURLI résume bien le dilemme à résoudre : concilier la culture de l'indépendant à laquelle nous sommes attachés et accepter, pour l'intérêt de tous, la mise en commun de certaines choses. Eurli y parvient bien. »

### **Quels arguments auriez-vous pour convaincre des candidats potentiels ?**

« Seul, on n'avance pas assez vite. Si je prends ma propre expérience, je reconnais avoir tenté des choses grâce aux conseils que j'ai pu obtenir du réseau. Cela permet d'avancer plus vite et plus loin commercialement. Par exemple, dans le choix du matériel, j'ai pris des décisions qui se sont avérées concluantes sur des produits que je ne faisais pas auparavant, par exemple des bennes double cabine, des 22 m<sup>3</sup>, etc... Je n'osais pas parce que je situais mal le marché, les tarifs,... Avec les collègues, on peut en confiance avancer sur ces questions. »

### **Aujourd'hui, êtes-vous satisfait des choix effectués et de votre adhésion au réseau Eurli ?**

« Tout à fait, l'entreprise dégage une bonne rentabilité et j'ai le plaisir de mener mon affaire comme je le veux. Si je veux tenter une expérience sur un nouveau matériel, même s'il y a des réticences,... eh bien, j'essaie ! Il y a des expériences qui ont réussi, d'autres pas mais globalement, j'estime mon taux de réussite très satisfaisant. Et j'apprécie le management du réseau car ce n'est pas facile de fédérer près de 40 chefs d'entreprises, ... indépendants dans l'âme. En conclusion, EURLI doit continuer. »



## Annexe 2 - Extraits de l'entretien auprès de M. Sylvain Stagnaro Membre du réseau EURLI (ASD Location – 06400 Cannes)

### **Pouvez-vous présenter votre activité ?**

« Ma société s'appelle ASD Location ... Personne ne faisait cela sur la Côte d'Azur, il y avait donc une niche à prendre... Nous faisons de la location avec du service haut de gamme, ce qu'on appelle du « one to one »... mais pas forcément de la location de voitures de luxe contrairement à ce que l'on pourrait penser. Je loue aussi des Twingo. C'est le service à la clientèle, pour la majorité étrangère, qui nous différencie. On peut livrer nos clients n'importe où : dans leurs bateaux, leurs villas,... même si on n'est pas implanté. Si le client veut une voiture à Avignon, on va lui livrer, ... aux fins fonds de l'Ardèche, pas de problème et il peut laisser la voiture où il veut en Europe, on ira la chercher. C'est du service sur mesure. Tout cela a un coût mais notre clientèle sait apprécier la valeur des services fournis. »

### **Quels bénéfices et avantages tirez vous de cette adhésion au réseau EURLI ?**

« Avant je négociais de gré à gré avec mes fournisseurs et concessionnaires : les remises et les conditions de « buy back » c'est-à-dire les taux de dépréciation. Cela implique une dépense d'énergie importante et de fréquentes remises en question.

Avec EURLI, c'est beaucoup plus simple, car on a des protocoles nationaux. Quand je vais chez le concessionnaire, je n'ai pas à m'embêter... il me suffit de dire que je suis « membre du réseau Eurli » et je bénéficie des conditions d'achat d'EURLI... la remise est négociée et tous les autres avantages également. L'ensemble du package apporte un « plus » non négligeable à ce que je pouvais obtenir en négociant seul. En plus de la facilité que cela procure, cela donne de la crédibilité auprès des fournisseurs. L'appartenance à un réseau est valorisante dans la relation. Et cela m'a donné la possibilité d'accéder à des marques avec lesquelles je ne travaillais pas. EURLI nous donne une meilleure image, la négociation est mieux structurée. Il suffit de dire « je suis adhérent EURLI », cela fait plus sérieux. »

### **Comment résumeriez-vous tous ces avantages d'appartenir au réseau EURLI ?**

« Hormis l'avantage financier incontestable et très conséquent au niveau des achats, ... c'est le lien qui existe entre des entrepreneurs indépendants. Au lieu de rester isolés,... car la location de véhicules n'est pas un métier très organisé comme peut l'être par exemple la profession des chauffeurs de taxi,... non, chacun reste dans son coin, ce n'est pas une profession où l'on échange facilement...

Or dans le réseau EURLI, même si l'on peut être concurrents cela n'empêche pas la discussion, des échanges positifs et bénéfiques pour tous,... C'est important de bénéficier de la force du réseau tout en restant indépendant ... »

### **Comment percevez-vous l'évolution du réseau EURLI ?**

« Moi je suis jeune dans le réseau mais j'espère pouvoir m'y impliquer davantage encore. La vocation première du réseau, ce sont les achats, mais on pourrait essayer de capter de nouveaux marchés en lien, par exemple, avec des « Assistants » comme Europ Assistance... Notre réseau peut évoluer en profitant davantage de son maillage déjà représentatif. Ajouter à l'intérêt économique, l'intérêt commercial. On devrait davantage apparaître comme un « réseau de correspondants », qu'on soit tous, au sein du réseau, des correspondants les uns des autres. »