

▶▶ longtemps négligé au profit des grands comptes. Toucher un à un chaque artisan, chaque commerçant, chaque chef d'entreprise demande du temps, mais ils sont prêts à faire un effort de pédagogie auprès des petites entreprises et pour commencer, en amont, à éduquer les réseaux. **Patrick Ginon** admet qu'on n'a peut-être pas assez demandé aux chefs d'entreprise ce qu'ils attendaient des loueurs. Pour mieux connaître vos besoins par rapport à vos voitures, GE va d'ailleurs lancer une enquête de grande ampleur. **Laurent Couturier** note, de son côté, que les attentes dans les TPE sont aussi multiples que les entreprises elles-mêmes. Leaseplan essaie donc de proposer un panel d'offres assez large pour essayer de couvrir ces attentes. La LLD n'a sans doute pas pour vocation d'envahir le marché des TPE et des PME. Même l'exemple allemand, qui est

aujourd'hui plus un rêve qu'un objectif pour les loueurs français, fait « à peine » état de 20% de très petites entreprises ayant fait le choix de la location longue durée. Pour **Jean-Charles Houyvet**, les professionnels qui ont besoin de produits très techniques, dans le BTP par exemple, ne sont pas concernés : il sera toujours plus simple pour eux de s'adresser à un concessionnaire ou un équipementier. La LLD est un produit utile, pas un produit miracle. Elle répondra à vos attentes si ces dernières correspondent à ses qualités spécifiques. Nous vous le disions déjà l'année dernière, et nous persistons, le critère financier ne devrait pas être le seul pour choisir un mode d'acquisition. Même si la multiplication des services proposés peut aller jusqu'à l'absurde, comparez les offres. Prenez garde aux conditions de restitution pour éviter les mauvaises surprises en fin de bail. Ne souscrivez



à un contrat en LLD que si la disponibilité constante de vos véhicules est fondamentale pour votre entreprise, uniquement si vous leur faites parcourir des distances annuelles hors normes et si l'utilisation que vous en avez fait de vous un gros consommateur de services.

■ GUILLAUME ROUL

LES PARTICIPANTS À LA TABLE RONDE



CITROËN
Olivier Bodet,
Directeur LLD / LCD.

« Pour les constructeurs, la LLD est un outil de fidélisation. »



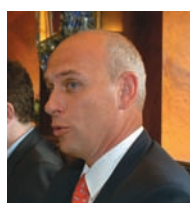
GE MONEY BANK
Patrick Berchot,
Directeur général.

« La LOA n'a finalement pas de véritable handicap par rapport à la LLD »



LOC-ACTION
Laurent Le Couturier,
Directeur des ventes indirectes.

« Le rôle du loueur ou du vendeur en concession est un rôle de conseiller dans la gestion des parcs. »



GROUPE STVA
Jean Charles Houyvet,
Directeur ekinox.

« La souplesse d'un loueur longue durée ce sont les véhicules d'attente, les véhicules relais, les véhicules d'embauche. »



DIAC LOCATION
Dominique Prieto,
Chef du service marketing.

« Nous avons un devoir d'éducation vis à vis des vendeurs et des clients. »



GE COMMERCIAL FINANCE
Patrick Ginon,
Directeur commercial de CELT.

« La linéarisation et la budgétisation sont les atouts de la LLD »



FIAT GROUP
Erwan Bellego,
Directeur marketing ventes entreprises.

« Les solutions full service rassurent le client qui sait exactement où il va. »



ALPHABET
Laurent Hermesse,
Chef du département.
« Il faut être réactif vis à vis de gens qui n'ont pas forcément beaucoup de temps à consacrer à l'acquisition d'un véhicule. »