



ÉLÈVE Entre avril et juillet, plus de 300 personnes ont suivi la formation à l'écoconduite dans le cadre de l'ATe Tour 2012.

Roulez et le compte est bon !

Une consommation moyenne en baisse de 5 l/100 km : c'est le résultat obtenu, à bord des modèles ATe, par les clients Daf qui ont suivi une formation à la conduite économique.

Comme un autre, plus célèbre, dimanche dernier, le tour organisé par Daf France cette année a pris fin en juillet, le 6 exactement. Parti le 23 avril, l'ATe Tour 2012 a, en 60 dates, permis à la marque de présenter aux clients et prospects sa récente offre ATe de tracteurs longue distance anticonsommation, composée de CF85 et XF105 (460 ch, cabine Space Cab), et de dispenser en une matinée sa formation à la conduite économique, qui fait partie du package ATe. Plus de 300 personnes l'ont ainsi suivie, aboutissant à des baisses de consommation importantes : 5 l/100 km de moyenne entre le premier et le deuxième tour, ce dernier se déroulant après les cours théoriques. L'an dernier, une caravane semblable, appelée MX Eco Drive Tour (première édition en 2009), avait donné lieu à 22 journées de formation délivrées et abouti à une baisse de la consommation de 4,1 l/100 km (270 personnes formées).

Deux tours ATe étaient en fait organisés, l'un pour l'Ouest du pays, l'autre pour l'Est, chacun avec deux véhicules équipés de l'ACC (adaptative cruise control, régulateur de vitesse adaptatif), avec avertisseur de collision frontale, et bien sûr de l'équipement standard propre à ces modèles (L'argus du 8 mars) : boîte de vitesses robotisée, pneus Goo-

dyear à faible résistance au roulement, kit aérodynamique complet, limitation de vitesse à 85 km/h et, bien sûr, moteur MX amélioré pour être moins énergivore (en production depuis mai 2011) et doté d'un arrêt automatique au bout de 5 minutes, frein de parc enclenché.

6-15 t : part historique

Axée sur le segment des tracteurs, où Daf s'impose comme l'importateur numéro un depuis 2007, cette opération ne saurait faire de l'ombre au vrai challenge de la marque en France : ses ventes de porteurs. La marque est installée, depuis deux ans, au-delà des 14,5 % de part sur le marché français des 15 t et plus, et l'année en cours ne devrait pas modifier cette position sur un segment que la marque anticipe en recul de 10 %, à 37 000 unités. Dans trois ans, il lui faudra peser 18 %, comme le veut le plan d'objectifs 2011-2015 que s'est fixé la filiale française et qui concerne aussi le chiffre d'affaires pièces et accessoires (à multiplier par 2 comparé à celui de 2010) et la part des contrats d'entretien et de maintenance (objectif : 20 % des ventes).

Dans la classe inférieure, celle des 6-15 t, la part visée est de 10 %. Ces trois dernières années, Daf a affiché environ 3 % de pénétration dans ce segment, ce qui représente, en moyenne par an, 150 modèles de sa série LF vendus.

Porteurs : du nouveau pour bientôt

Afin de développer ses ventes de porteurs, Daf France a prévu des nouveaux programmes au second semestre, avec le lancement de deux actions visant des métiers bien particuliers : les toupies à béton, en septembre, et les bennes à ordures ménagères, en décembre au salon Pollutec, à Lyon. Sans surprise, Daf appliquera les mêmes recettes que pour ses actions TP Force (camions de construction, en 2010) et Distri Force (distribution, en 2012) : partenariat avec les carrossiers, référencement chez les utilisateurs majeurs du secteur, outils d'aide à la vente et engagement du réseau.



À imaginer un marché 6-15 t de 6 000 unités en 2015 (5 460 en 2011, 6 500 attendus cette année, contre près de 9 000 au début des années 2000...), Daf devra multiplier ses ventes par quatre. Sacré challenge. Ciblant plus particulièrement le fourgon et le frigorifique, grâce à des partenariats montés avec différents carrossiers, l'opération Distri Force, lancée en fin d'année dernière, a porté ses fruits.

« Nous avons beaucoup livré au cours du premier semestre, souligne Phi-

lippe Canetti, directeur général de Daf Trucks France. Nous sommes à 7,5 % en cumul à fin mai. C'est un niveau record, mais cela va se tasser. » L'année pourrait au mieux se conclure avec près de 400 ventes et une part de 5 à 6 %. Parmi elles, la marque revendique quelques entrées chez les loueurs Fraikin et Via Location, dont elle attend des retombées en termes de notoriété, elle qui souffre d'un déficit d'image dans les véhicules de distribution.

Jean-Luc Foucrot