

Présentation SUD AUTO

1. Présentation

Sud Auto est un réseau de concessions automobiles distribuant des véhicules neufs Citroën, ainsi que des véhicules d'occasions toutes marques. Le groupe est constitué de trois concessions situées à Castres, Mazamet et Revel.

- **Président Directeur Général : Jacques Toulemonde**
- **Directeur Général : Laurent Toulemonde**
- **Activité : Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers**
- **Chiffre d'affaires en 2011 : 44 909 500 €**
- **Capital social : 412 000 €**

2. L'offre

Les concessions Sud Auto dispose d'une gamme de véhicules neufs comportant : les VP et les VU. Elles disposent d'une offre de services large et variée. Le réseau dispose d'un parc de 200 VN et de 260 VO. Le CA est réparti de la façon suivante :

Site	CA
Castres	60 %
Mazamet	20 %
Revel	20 %

Véhicules		Services	
Neufs (Marque Citroën)	62 %	Après-vente	17 %
Occasions	21 %		

3. Place de l'UC

A. Dans le réseau

Citroën est un réseau associé en forme de concessions dont le siège est à Paris, cependant il y a également des directions régionales. Citroën développe également, deux réseaux de partenaires : Citroën Select et Europepar.

B. Sur le marché local

- Part de marché VN (VP+VU)

	Local	National
Citroën	18,90%	13,60%
Peugeot	18,50%	19%
Renault	15,90%	14,90%
Autres marques	46,70%	52,50%

4. Environnement socio-démographique

Sud Auto est situé à Castres. Castres, comptait 43 010 habitants en 2008 et 44 366 habitants en 2012 avec une densité de 451,93 personnes par km² soit une hausse de 3,15. La population castraise est en majorité comprise entre 45-59 ans.

5. Structure organisationnelle

A. Le service qualité marketing :

J'ai effectué mon stage au service marketing et qualité, ce service est dirigé par Mme AMIEL Laetitia, c'est un service intermédiaire entre la direction et les salariés. Le service marketing s'occupe de la communication du groupe SUDAUTO. Ce service est chargé de traiter les réclamations clients, les enquêtes de satisfaction. Il veille au bon déroulement et à la cohésion interne de l'entreprise. Ce service consiste principalement à :

- Créer des campagnes marketing

- Faire des études de marché

- Animer des évènements
- Gérer la communication (média et hors média)

- Suivre les opérations
- Fidéliser

B. Le management

Le management que pratique Mr Toulemonde est directif, l'avis de ses collaborateurs n'est pas décisif.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Plus grande concession du réseau (8639m² contre 2610m² pour Mazamet et 3700m² pour Revel) - Héberge les responsables du groupe et le service qualité et marketing - S'occupe des décisions stratégiques - Représente 60% du CA du groupe 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de contrôle total sur les trois sites



Sud Auto Castres sur le marché local

1. La clientèle

Elle est composée à 70% de particuliers et à 30% de professionnels, souhaitant changer de véhicules, effectuer des réparations ou révisions et demandant des conseils.

La clientèle de Sud Auto comptait 1264 clients VN et 1574 VO en 2012

2. La concurrence locale

Les concurrents de Sud Auto peuvent être répartis en deux groupes :

- D'un côté, il y a les marques françaises Peugeot et Renault qui concurrencent Citroën en termes de volume de vente.

- De l'autre côté, ce sont toutes les autres marques qui le concurrencent (Volkswagen, Skoda, Chevrolet, Nissan...) et représentent 46.7% du marché local.

3. Les performances

- **Chiffre d'affaires en 2011 : 44.909.500€**
- **Sud Auto représente 18.9% du marché tarnais**
- **Second groupe de France à inaugurer le salon DS**
- **Elu meilleur concessionnaire de France en terme de satisfaction client avec 90% de client tout à fait satisfait à la vente et 80% à l'après-vente**

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - 1^{er} en terme de parts de marché : 18.9% - Concession bien située géographiquement - Bonne visibilité depuis la route - Locaux rénovés en 2011 - Dispose d'un parking privé 	<ul style="list-style-type: none"> - Suivi de près par ses concurrents français, Peugeot (18.5%) et Renault (15.9%)



La concession bénéficie d'une **bonne attractivité grâce à son emplacement**, ayant une **nouvelle image plus dynamique et moderne donnée à la marque** (lancement ligne DS. Le groupe SUDAUTO aimerait rester le N°1 en termes de ventes sur le marché de la région Castraise. Il veut donc être en avance sur les autres, innover, se différencier de ses concurrents et fidéliser sa clientèle. La GRC est très importante pour le groupe, qui adopte une stratégie marketing en développant le marketing relationnel, c'est-à-dire fidéliser le client et personnaliser les relations avec le client avec des offres adaptées. La concession veut une qualité totale vers la satisfaction des besoins des clients. (Annexe