

Le bricolage et le jardinage ont ceci d'avantageux, c'est qu'ils ne se pratiquent pas à mains nues. D'une manière ou d'une autre l'utilisateur aura besoin d'outils, d'appareils, d'instruments lesquels peuvent devenir coûteux, à fortiori lorsque l'on s'avance dans des travaux de plus en plus sophistiqués nécessitant toujours plus de matériel. Tant et si bien qu'une casse quelconque engage des frais souvent élevés. Lorsqu'ils sont couverts par la garantie fabricant, tout va bien. Mais ensuite ? Eh bien c'est ici que Business Company entre en scène, en mettant en place une extension de garantie pour tout type de produit. Voilà un tour de force qui mérite que l'on s'y attarde. A cet effet, nous avons interrogé Vassil Manoïlov, Directeur France qui nous a annoncé dans cet entretien cette excellente nouvelle. Mais avant d'aller plus loin et de comprendre où nous allons, nous lui avons demandé un bref portrait de l'entreprise.

Par Philippe Méchin

BUSINESS COMPANY

# De bonnes nouvelles pour les consommateurs du bricolage et du jardin... ...mais aussi pour les enseignes... avec de nouvelles sources de revenus !

**Bricomag :** Pouvez-vous nous présenter en quelques mots Business Company ?

**Vassil Manoïlov :** C'est une entreprise européenne à visage et taille humaine, née il y a un peu plus de 20 ans, qui emploie une cinquantaine de personnes pour un chiffre d'affaires consolidé d'environ 4,5 millions d'euros. Nous sommes présents sur plusieurs marchés, principalement en Italie et en Espagne, mais également en Angleterre, en Allemagne, etc. Désormais notre objectif est de nous développer sur le marché français. Notre activité est double. Tout d'abord nous sommes présents dans le service après-vente, via la réparation à l'attention des consommateurs. Ainsi, nous remettons en état des téléviseurs, des lave-linge, bref tout ce qu'il est possible de trouver dans un foyer. Nous intervenons aussi chez les professionnels, comme par exemple les cafés avec les tireuses à bière ou les machines à café. Ces Services SAV sont également proposés aux fabricants, aux importateurs et aux distributeurs. Notre second domaine d'activité est celui de l'extension de garantie. L'offre consiste à prolonger la garantie commerciale. Cette garantie commerciale qui inclue la garantie constructeur est en général de 12 mois, ou 24 mois. C'est précisément là que Business Company, via son produit nommé Garantie3 pour la France, entre en scène, en la proposant à la vente, ou sur des sites internet.



Vassil Manoïlov, Directeur France.

**Bricomag :** Ceci veut donc dire que n'importe quelle marque peut faire appel à vos services, dans le domaine de l'extension de garantie ?

**Vassil Manoïlov :** Absolument. Avec, le principe du multimarques et du multi-catégories, nous ne sommes pas attachés à une marque en particulier. Ensuite, dans l'après-vente, et pour vous citer un exemple, sachez que si Heineken veut nous confier ses machines à bière, nous ne traiterons contractuellement que celles-ci. En pratique, le traitement est toujours effectué par nos équipes au sein des centres d'appel et de gestion (Contact Centre), sachant que nous pouvons aussi les sous-traiter. Ensuite, l'intervention technique fonctionne selon un mode hybride. Celle-ci peut être effectuée, dans nos propres ateliers avec nos propres entités. Sinon nous coopérons avec des ateliers spécialisés, ou encore les stations et centres techniques des marques, mais nous gérons, ordonnons et pilotons la bonne gestion des travaux.

**Bricomag :** Vous voilà désormais impliqués dans le monde du bricolage et du jardinage. Pouvez-vous nous expliquer la genèse de cette décision ?

**Vassil Manoïlov :** Ces secteurs constituent en effet notre priorité. La raison est simple. Nous avons constaté qu'il n'existe pas d'acteur significatif doté d'une proposition de valeur forte sur le marché français, dans le domaine de l'extension de garantie sur ces marchés. Nous pensons donc que notre produit nommé Garantie3 Brico est parfaitement adapté, et devrait trouver sa clientèle. Nous avons une offre qui devrait intéresser la distribution. Il existe un besoin qui n'est pas vraiment exprimé, mais qui devrait trouver une résonance intéressante sur ce secteur, si nous positionnons correctement notre offre Garantie3. Telle est la raison pour laquelle nous voulons communiquer. Nous voulons expliquer que le produit est une extension de garantie de réparation, optionnelle et payante proposée au consommateur. Son atout réside dans le fait que celui-ci pourra en choisir le niveau. Ainsi, le montant sera indexé sur l'assiette de couverture. A titre d'exemple, un robot tondeuse coûtant environ 3 000 euros pourra être couvert selon le niveau de prise en charge désiré par le client.

**Bricomag :** Le marché est vaste et il y a des produits à tous les prix...

**Vassil Manoïlov :** C'est là où intervient la notion de multi-catégories. Nous allons donc couvrir toutes celles du bricolage et du jardinage. Par exemple, une fois l'objet acquis en magasin et l'extension qui va avec, le client ira sur internet pour y enregistrer et affecter la garantie, quel que soit le produit, pour une validité de trois ans.

**Bricomag :** Qui seront vos interlocuteurs prioritaires ?

**Vassil Manoïlov :** La réponse est multiple. En effet, l'extension de garantie est un des produits les plus astucieux qui existent dans la mesure où il cumule 4 composantes fortes. C'est avant tout un produit financier dont l'essence est de générer de la marge pour l'enseigne.



Antonluca Cuoco, Directeur marketing.

Sa deuxième caractéristique forte est que c'est un produit commercial, qui se vend, adossé à un marketing puissant. Enfin c'est un service dans la mesure où si le consommateur voit son objet tomber en panne, il est réparé. Telles en sont les quatre composantes, ce qui fait que nos interlocuteurs sont toujours des directions générales, lesquelles ont la main sur ces quatre éléments. A titre d'exemple, un franchiseur gagne sur tous les tableaux, avec de la marge, de l'incentive vendeurs, un bel habillage marketing, et de la proposition de service.

**Bricomag :** Vous avez une expertise dans de nombreux domaines. Vous ne partez donc pas d'une feuille blanche ?

**Vassil Manoïlov :** Loin de là. Il faut savoir que ce produit nommé Garantie3 Brico tel qu'il est paramétré pour la France fonctionne déjà très bien en Italie et en Espagne. La stratégie souhaitée par notre Président Fabio Fasolino passe par une communication sortante sur ce segment à l'attention des professionnels. Les vendeurs sur site qui auront notre produit à disposition, nous les laissons libres dans leur approche avec leur propre clientèle. Ils pourront par exemple inciter leurs clients à inclure l'extension de garantie lorsqu'ils achètent avec un financement, le coût marginal étant très faible.

**Bricomag :** En conclusion, quels sont les ressentis, à l'issue de vos premiers contacts ?

**Vassil Manoïlov :** Nous suscitons actuellement beaucoup d'intérêt, sachant que nous arrivons sur un secteur d'activité où ces offres sont peu présentes. Il nous faut être à la fois attractifs et convaincants, comme cela a déjà été le cas sur d'autres marchés. L'extension de garantie constitue un revenu additionnel que les enseignes ne manqueront pas d'identifier ; et nos équipes sont fortement mobilisées pour les accompagner. C'est un métier de spécialiste que nous pratiquons avec passion. ■



Fabio Fasolino, Président directeur général de Business Company.



WWW.GARANTIE3.FR