



Rueil-Malmaison, le 1<sup>er</sup> avril 2005

# **Bilan 2004 & Perspectives 2005**

**Contacts presse :**

Marie-Christine Bardet  
LeasePlan France  
[mcbardet@leaseplan.fr](mailto:mcbardet@leaseplan.fr)  
Tél. : 01 56 84 15 25

Frédéric Kim  
Kalahari  
[fred.kim@kalahari.fr](mailto:fred.kim@kalahari.fr)  
Tél. : 01 41 10 80 00



## Résultat d'exploitation consolidé en croissance de 113 %

L'année 2004 a été marquée par :

- Une nouvelle dynamique des équipes commerciales
- Une gestion rigoureuse des coûts
- Une augmentation du volume d'actifs financés liée à l'augmentation du volume de flotte d'une part, et à la croissance de la valeur moyenne du véhicule financé d'autre part
- Un très bon taux de pénétration des prestations, plus particulièrement celui des Assurances
- Une nouvelle politique d'achat axée notamment sur le « recentrage » des réseaux de partenaires
- L'automatisation de certains processus (gestion et contrôle de la facturation)

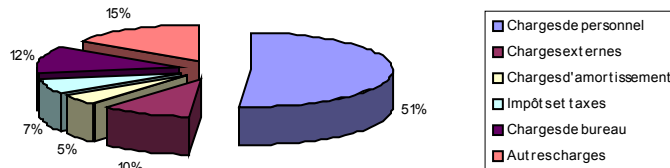
Ainsi, le résultat d'exploitation consolidé du Groupe LeasePlan France\* s'établit à 20 316 K€, en croissance de 113%.

<i>(en milliers d'euros)</i>	2003	2004
Produits d'exploitation	82 810	<b>85 015</b>
Résultat d'exploitation	9 516**	<b>20 316</b>
Rentabilité sur fonds propres	20%	<b>21,4%</b>
Volume d'actifs financés	774 000	<b>827 000</b>

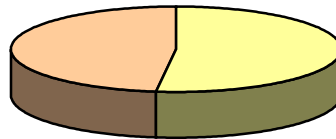
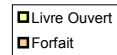
\* hors Carvantis et Mox

\*\*incluant 3 M€ de dépréciation d'actifs immobilisés, 5M€ de développement de nouveaux outils de comptabilité budgétaire et analytique, et de gestion de flotte.

## Structure des coûts



## Pénétration des offres



## Pénétration des prestations

	Entretien	Pneumatique	Carburant
Livre Ouvert	97%	85%	71%
Forfaitaire	94%	71%	41%
TOTAL	96%	78%	57%



## Une connaissance du marché qui s'affirme

- **Panel des Décideurs en matière de parc automobile**

Confirmant sa volonté de comprendre et d'animer le marché de la LLD, LeasePlan a mis en place un «*Panel de décideurs en matière de parcs automobiles en entreprise*», en collaboration avec Novatris.

LeasePlan France a constitué ce panel avec un objectif : qualifier le marché français de la location longue durée (LLD) de véhicules pour les entreprises et, plus particulièrement, suivre l'évolution des parcs et le comportement des responsables concernés.

Cinq vagues ont été réalisées, la dernière datant de décembre 2004.

- **Fondation de l'AMARC (Association pour le MAagement de la Réclamation Client)**

Constatant avec d'autres sociétés qu'aucune structure professionnelle en France n'aborde le sujet des « réclamations clients » côté Entreprise, LeasePlan, l'UCPA et Immobilière 3F ont souhaité élargir leur cercle de réflexion et créer une association. à laquelle ont déjà adhéré Accor, Air Liquide, Club Med, Disney, Entremont, General Mills, IGN, La Poste, MSA, Norauto, OGF, Pasteur cerba, Peugeot, RATP, Renault...

Les objectifs de l'AMARC sont :

- pour les membres : échanger, se rencontrer, s'ouvrir, s'étalonner...
- pour la profession : développer et organiser des recherches, études, publications, veille... et promouvoir la fonction Management de la Réclamation Client.

Trois groupes de travail mènent des réflexions sur :

- Service réclamations clients et valeur ajoutée de la fonction
- Comment répondre au client : le ratio coût / satisfaction
- Le management des Ressources Humaines dans les services Réclamations Clients

Pour mieux connaître l'AMARC : [www.amarc.asso.fr](http://www.amarc.asso.fr)



## **Développement de clientèle : entre prospection et proximité**

- **Mise en place d'une offre aux jeunes créateurs d'entreprise**

LeasePlan France propose une offre spécifique pour les entreprises récemment créées. Le créateur s'engage pour une durée de location plus courte (de 12 à 18 mois), et si la présentation du premier bilan montre la solidité de la structure, il peut signer un contrat classique en prolongeant son contrat initial ou en le modifiant.

- **Conduite d'une réorganisation commerciale**

Cette réorganisation a été menée afin d'augmenter la productivité, d'améliorer la satisfaction de nos clients et de renforcer notre proximité avec eux. LeasePlan France a procédé à une ré-allocation de ses ressources et à un découpage des secteurs, désormais au nombre de 24. Cette nouvelle sectorisation a pour but de situer nos commerciaux au cœur des régions ayant les potentiels les plus élevés, certains d'entre eux étant délocalisés (Montpellier, Nancy, Reims, Rennes, Rouen, Toulouse).

- **Mise en place de la structure ICS**

Pour répondre à une demande croissante de ses clients, LeasePlan International a créé International Coordination Structure (ICS) qui permet la mise en place d'un contrat international coordonné par un pays leader. Cette approche groupe permet l'élaboration d'une tarification qui prend en compte le potentiel international\* par chaque filiale LeasePlan et définit un taux financier commun pour tous les pays (sauf pour la République Tchèque et la Slovaquie).

\* flotte inférieure à 1500 véhicules avec une présence dans plus de 2 pays.

- **Dynamisation de Service Affaires (LLD avec chauffeur)**

Malgré une conjoncture difficile, surtout sur le premier semestre 2004, Service Affaires, spécialisée dans la location de voiture avec chauffeur a mis en place sur le deuxième semestre 2004 deux prestations hors de la couronne parisienne : le premier contrat sur Lyon et le second sur Orléans. Les demandes sur la province sont de plus en plus nombreuses, Paris et l'Île de France restant encore le gisement d'affaires principal, en raison de l'implantation de nombreux sièges de sociétés.



## Une activité orientée Satisfaction Client

- **Mise à disposition de SituaLease**

Lancé début 2004, cet outil Internet permet aux clients de LeasePlan de faire une recherche de prestataires suivant leur spécialité et leur localisation. Une requête assure l'identification d'un fournisseur avec la mise à disposition du calcul d'itinéraire et de la cartographie associés. Ces données peuvent alors être imprimées ou transférées aux conducteurs de l'entreprise.

- **Lancement de la Charte Service Client**

LeasePlan est le premier loueur à s'être engagé concrètement vis à vis de ses clients en diffusant une Charte Service Client. Cette charte comporte 10 engagements allant de la qualité et de la rapidité des réponses en passant par le suivi des contrats ou encore à la restitution des véhicules. Le non-respect éventuel d'un engagement impose à LeasePlan d'assumer le dédommagement adéquat.

- **Diffusion de l'Engagement Restitution**

9<sup>ème</sup> point de la Charte Service Client LeasePlan, cet Engagement Restitution apporte aux gestionnaires de parcs une visibilité accrue sur les véhicules à restituer et les procédures à suivre, une plus grande maîtrise des enjeux financiers liés et une plus grande sérénité dans la relation avec leurs conducteurs.

- **Mise en place d'ExpertLease**

Développé par LeasePlan France dans le cadre de la restitution de véhicules, *ExpertLease* permet de communiquer au client les photos du véhicule concerné par des anomalies qui entraînent une facturation (dommages sur la carrosserie ou l'habitacle). Les photos sont mises à disposition sur une base de données intégrée au «*Portail des Gestionnaires de parc*» et accessibles par mot de passe.

- **Développement de la vente aux utilisateurs**

La vente aux utilisateurs s'est développée. Il s'agit là d'offrir aux utilisateurs des véhicules loués de les acquérir en fin de contrat. Cette possibilité est ouverte sous réserve que l'entreprise renouvelle son contrat.



- **Optimisation de la gestion des réclamations**

Mieux prendre en compte les réclamations des clients, y apporter une solution adaptée dans un délai plus court, c'est le sens de l'engagement n°10 de la Charte Service Client. Alors qu'une étude révélait une durée de 24 jours travaillés pour traiter une réclamation, cette durée est passée à 13 jours ouvrés. La démarche a consisté à modifier le circuit de traitement des réclamations clients, à identifier des responsables pour répondre à chaque réclamation reçue et à refondre les supports informatiques utilisés.

Cinquante collaborateurs, définis « Ambassadeurs du client » couvrent tous les services de LeasePlan et suivent intégralement la résolution de la réclamation.

Parallèlement, une structure unique de coordination a été créée : la cellule Gestion Satisfaction Clients.

- **Amélioration de l'accueil téléphonique**

Dans le cadre de sa politique qualité et de la mise en place de sa Charte Service Client (Engagement N°1), LeasePlan souhaitait trouver des solutions aux dysfonctionnements constatés dans l'usage technique et comportemental du téléphone, et notamment pour les appels extérieurs.

Nous avons donc lancé la *LeasePhone Attitude*, un plan d'amélioration comprenant le lancement de supports de communication internes et, surtout, un effort particulier de formation : 200 personnes du Groupe ont été formées à l'accueil téléphonique sur l'année 2004.

1 830 000 appels annuels, soit autant de contacts avec nos clients et fournisseurs imposaient un défi interne simple : obtenir une note minimum de 15/20 dans l'audit annuel du magazine *L'Entreprise*. Avec une note de 15,16, LeasePlan s'est classée 36<sup>ème</sup> en 2004 sur 208 entreprises jugées.



## Ventes indirectes : Loc-Action arme ses partenaires

Afin de développer ses ventes, Loc-Action a mis à disposition de ses partenaires un outil de calcul de loyers en ligne via Internet baptisé **Loc&Clic**. Sa conception suit l'ordre de construction d'une offre de prix, du paramétrage de la proposition jusqu'à sa visualisation et son impression et/ou envoi directement au client final.

Cet outil d'aide à la vente immédiate donne la possibilité de visionner plusieurs couples durée / Km pour un même modèle et d'éditer les CPL (conditions particulières de location) faisant office de bon de commande, ainsi que des CGL (conditions générales de location). Chaque offre enregistrée comporte un numéro unique à 7 chiffres (« numéro offre ») qui permet de la consulter à tout moment et de l'archiver.



## **Que va faire LeasePlan France en 2005 ?**



## **Objectifs à la hausse**

Tous les progrès enregistrés en 2004 placent LeasePlan en excellente position pour atteindre les objectifs de croissance de flotte et de rentabilité en 2005.

**L'ambition de LeasePlan est d'être l'acteur de référence du marché de la LLD pour sa qualité de service au client, sa rentabilité et la motivation de son personnel.**

Pour cela, nous avons retenu 4 axes stratégiques...

- Croître à un rythme supérieur au marché en flotte financée
- Assurer une rentabilité supérieure de 22% de retour sur fonds propres
- Améliorer la satisfaction du personnel
- Ecouter et satisfaire les besoins de nos clients et mieux les fidéliser

... que nous avons déclinés en objectifs :

1. Conquérir de nouveaux clients
2. Développer et fidéliser les clients existants
3. Développer une nouvelle offre de Produits et de Prestations attractive
4. Maximiser le taux de pénétration de nos Prestations
5. Poursuivre la maîtrise de nos frais généraux
6. Améliorer l'efficacité de notre organisation et de nos processus
7. Améliorer la satisfaction de nos collaborateurs en poursuivant notamment les actions de formation (développement des compétences)
8. Respecter la Charte Service Client



## Toujours plus de services

S'agissant des services développés en direction des clients, voici les temps forts qui vont rythmer l'année 2005 :

- **Une nouvelle version du logiciel Plan8Push**

Suite à des études menées auprès d'un échantillon représentatif de notre clientèle, une nouvelle version du logiciel de gestion de flotte en ligne Plan8Push®, intégrant une refonte complète en termes d'ergonomie et de présentation, sera présentée aux clients prochainement.

Rappelons que LeasePlan a été pionnier en matière de développement de logiciel de gestion de flottes en créant Plan8 dès 1995.

- **Lancement de la Charte Service Client pour les Grands Comptes**

Elaborée sur la base de baromètres de satisfaction clients et d'études menées tant auprès des conducteurs de véhicules professionnels que de gestionnaires de parc, la Charte Service Clients de LeasePlan se décline en trois versions selon trois grandes catégories de clientèle : TPE, PME/PMI et Grands Comptes. Le lancement de la Charte Service Client orientée PME a été réalisée en 2004.

2005 verra le lancement d'une déclinaison spécifique pour les Grands Comptes.



## Le Groupe LeasePlan France

(chiffres 2004)

Appartenance au groupe LeasePlan Corporation, filiale d'un consortium constitué par Volkswagen Financial Services (50%), Mubadala Development Company (25%) et Olayan Group (25%).

- **Flotte** (en nombre de véhicules) :
  - France : 111 816
  - Véhicules en LLD : 77 840
  - Fleet management : 33 976
  
- **Nombre de clients** : 7 000
- **Répartition de la clientèle** :
  - 66% de TPE (15% de la flotte)
  - 32% de PME (70% de la flotte)
  - 2% de GE (15% de la flotte)
  
- **Répartition de la flotte** :
  - 70% de VP
  - 30% de VUL
  
- **Achats VP + VUL** : 26 600
  
- **Nombre de collaborateurs** : 600
  
- **Nombre de directions régionales** : 10
  - Paris-Ouest, Paris-Nord, Paris-Sud,
  - Paris-Est (Marne la vallée), Aix en
  - Provence, Nantes, Strasbourg, Lyon,
  - Bordeaux, Villeneuve-d'Asq
  
- **Secteurs d'activité principaux des clients** :

Industrie pharmaceutique, télécommunications, commerce de gros d'équipements industriels, conseil en système informatique, activités juridiques, comptable et de conseil en gestion.



dont

**Loc-Action**

*a LeasePlan Brand*

Filiale de LeasePlan France, Loc-Action dispose d'une expertise unique sur le marché de la LLD et porte une offre conçue expressément pour les concessionnaires afin que ces derniers puissent proposer de la LLD multimarque à leurs propres clients.

### Résultat 2004 :

**25 % de croissance** par rapport à 2003 sur un marché en concessions stagnant.

### Objectifs pour 2005 :

- Croissance de flotte entre 5 et 10 %.
- Développement de nouveaux partenariats
- Développement fort de l'assurance tous risques

- **Flotte :** 10 000 véhicules
- **Nombre de clients :** 4 000
- **Répartition de la clientèle :** 99% de 1 à 20 véhicules, 1% plus de 21
- **Part des contrats conclus en 2004 :** 3 500
- **Nombre de collaborateurs :** 42
- **Nombre de directions régionales :** 900 points de ventes concessionnaires agréés toutes marques et 5 agences sur le territoire national.
- **Répartition de la flotte :**  
64 % de VP  
36 % de VUL
- **Durée et kilométrage moyens des VUL :** 34 mois - 92 000 km
- **Secteurs principaux d'activité des clients :**  
Commerce de véhicules automobiles, Commerce de gros, Administration d'entreprises, Commerce de gros de fournitures, Recherche-développement, Activité informatique.





Filiale du Groupe LeasePlan, Carvantis est un acteur majeur de la Location Longue Durée multimarque sur la cible des particuliers et des professions libérales.

### **Résultats 2004 :**

- **Chiffre d'affaires :** 7 millions d'euros
- **Nombre de clients** (janvier 2005) : 2 000 (1100 acquis en 2004)

### **Objectifs pour 2005 :**

Carvantis va concentrer ses investissements marketing sur une cible plus professionnelle (professions libérales, SOHO et TPE).

### **Les atouts exclusifs de l'offre Carvantis :**

- la plus large gamme de véhicules, avec plus de 40 marques proposées, et près de 4 000 modèles ;
- accessibilité optimale via Internet, grâce à un simulateur qui permet de choisir très facilement son modèle de voiture, de le personnaliser comme chez un constructeur, et d'obtenir immédiatement son loyer ;
- une réelle flexibilité : possibilité de faire un apport et d'en déterminer le montant, choix de la durée par tranches de 3 mois entre 12 et 60 mois, choix du kilométrage à partir de 7 500 kilomètres annuels... ;
- la souplesse d'un contrat qui s'adapte aux besoins du conducteur : possibilité de modifier sans frais chaque année les paramètres du contrat (km, durée et services) grâce à notre Garantie Transparence ;
- une véritable maîtrise du budget automobile avec des loyers qui comprennent non seulement la voiture, l'entretien et une assistance (24h/24 dès 0km) qui va au-delà de la garantie constructeur en couvrant également les réparations mécaniques pendant toute la durée du contrat.