

## 36 REPORTAGE



GARAGE LAENEN

## De garagiste à importateur

*La collaboration entre le garage Laenen à Geel et le constructeur coréen Kia s'arrête à la fin du mois de décembre 2019. Mais lorsqu'une porte se referme, une autre s'ouvre : désormais, les patrons Ignace Laenen et sa sœur Elvira distribuent et importent deux marques chinoises. Et ce ne sont pas là les seuls changements. Nous leur avons donc rendu visite à Geel.*

*Frederic Petitjean – Photos Benjamin Brolet*

L'histoire du garage Laenen remonte à 1975, lorsque le père Laenen, mécanicien, se met à vendre des voitures dans son jardin. "Il s'agissait de voitures de marque Subaru. La vente se déroulait littéralement comme à la ferme, sans show-room", dit Ignace. "C'était une autre époque – un temps où cela était possible. Nous étions alors l'un des tout premiers distributeurs de la marque Subaru en Belgique. En 1980, nous avons déménagé pour nous établir sur le site actuel, et en 1986, nous avons ouvert un show-room."

Ignace rejoint l'entreprise fin 1993, et sa sœur Elvira lui emboîte le pas en 2002. À l'arrivée d'Ignace, il faut prendre une décision difficile : la marque Kia remplacera désormais la marque Subaru. "Les dernières années avec Subaru n'ont pas été faciles", dit-il. "En gros, Subaru était la plus petite marque japonaise sur le marché ; elle

avait du mal à faire face à la concurrence. Nous avons également été parmi les tout premiers distributeurs Kia sur le sol belge. Tout est allé très vite avec les Coréens, surtout au début. Ils introduisaient constamment de nouveaux modèles. Tant la qualité que l'image ont connu une amélioration rapide."

### Entreprises gigantesques

Mais toutes les belles histoires ont une fin. À la fin de l'année dernière, les chemins de Laenen et de Kia se sont séparés. "J'ai toujours été à l'écoute du marché, et l'essor de l'industrie automobile chinoise a particulièrement attiré mon attention", déclare Ignace. "C'est pour cette raison que nous avons opté pour les marques BAIC et DFSK. Ces noms

n'évoquent encore rien pour bon nombre d'Occidentaux, mais ce sont deux énormes sociétés qui produisent des millions de véhicules par an. Dong Feng, la société mère de DFSK, détient également 15 % du groupe français PSA, par exemple. Quant à BAIC, c'est l'un des plus grands actionnaires de Daimler-Benz."

Ignace croit fermement en l'avenir de ces deux marques chinoises, mais admet que de nombreux efforts de marketing seront nécessaires pour convaincre le grand public. "Je sais qu'il y a déjà eu des tentatives de distribuer des voitures chinoises en Belgique, mais il faut garder un élément à l'esprit : les Chinois apprennent à la vitesse de l'éclair. Les voitures qu'ils construisent aujourd'hui n'ont rien à voir avec les modèles d'il y a dix ans. Les finitions et la qualité se sont fortement améliorées."





Ignace Laenen (à gauche) et sa sœur Elvira (à droite).

## Virage électrique en Chine

“Le public ayant déjà opté pour une voiture chinoise est très hétéroclite”, dit Ignace. Et cela s’annonce prometteur pour l’avenir. “Actuellement, nous vendons déjà les voitures BAIC et DFSK à un public beaucoup plus large que celui de Kia à nos débuts. Parmi nos clients figurent certes des pensionnés, mais aussi des jeunes actifs et des familles avec enfants. Pour le carburant aussi, nous proposons une approche totalement différente : 80 à 85 % des voitures que nous vendons actuellement sont des véhicules à essence que nous convertissons au CNG. Nous voulons absolument profiter de l’avantage écologique et fiscal. Nous ne proposons plus de diesel, car cela n’a pas plus de sens. Ce carburant est tout à fait mal perçu ; l’opinion publique rejette le diesel. Et les premiers modèles électriques seront vendus d’ici novembre de cette année déjà, ce qui insufflera encore une nouvelle dynamique.”

Le garage Laenen ne vend pas seulement des voitures chinoises ; l’entreprise est également devenue l’importateur officiel de BAIC et de DFSK en Belgique. Ignace : “C’est exact, mais nous avons créé une société distincte, One Automotive, pour que ces activités restent

complètement indépendantes du garage. Nous sommes actuellement à la recherche de partenaires. Récemment, nous avons organisé une présentation au musée Autoworld, à Bruxelles, pour ceux qui seraient tentés par cette aventure chinoise. Plus ou moins 80 distributeurs potentiels sont venus assister à cette présentation. Tout le monde s’est montré très surpris par la qualité des voitures. La réaction que nous avons le plus entendue est : “Je ne m’attendais pas à ça.””

## Du contact au contrat

Ces contacts avec des distributeurs potentiels ont déjà débouché sur les premiers contrats concrets. One Automotive est déjà parvenue à signer un contrat avec quatre distributeurs pour la vente de produits de marques BAIC et DFSK. Ils seront une dizaine d’ici la fin de l’année. “La collaboration avec ces garages sera également très informelle”, explique Ignace. “Tous les garages avec lesquels nous sommes en contact sont des entreprises familiales qui sont de qualité et qui sont bien gérées. Je suis vraiment content. Nous sommes nous-mêmes une entreprise familiale, de sorte que, généralement, nous nous com-

prenons bien. De plus, je pars du principe que tous les partenaires avec lesquels je m’engage sont des adultes capables de penser par eux-mêmes. Nous n’allons donc pas leur imposer la couleur du revêtement à apposer sur le sol de leur show-room, les chaises de bureau à acheter ou le coloris de la chemise des vendeurs. Je ne dispose pas de toutes les connaissances. En revanche, je crois que je peux apprendre autant d’eux qu’ils peuvent en apprendre de moi. Et cela me paraît être une base saine pour faire affaire ensemble.”

## Personne ne lit le manuel

Pour conclure : comment le garage Laenen voit-il l’avenir ? Qu’est-ce qui nous attend ? Et y aura-t-il encore des garages dans 10 ou 15 ans ? “Je pense que oui”, dit catégoriquement Ignace. “Ce besoin subsistera. Combien de clients lisent leur manuel en détail ? Il faudra donc toujours une personne pour aider les clients en difficulté et les remettre sur la bonne voie. Oui, Internet a fortement changé la donne, mais beaucoup de gens sont encore attachés aux contacts personnels. Parler à un être humain en chair et en os, ce n’est pas la même chose que parler à un chatbot ou appeler un call center. Le modèle économique sera-t-il le même qu’aujourd’hui ? C’est une autre histoire. Peut-être y aura-t-il un système d’abonnement. Je ne sais pas. Quant aux établissements qui permettent d’y trouver l’aide dont on a besoin pour son véhicule, je ne crois pas qu’ils vont disparaître de si tôt...”

## LE BOSCH SERVICE CENTER ATTIRE UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

Depuis le début de cette année, le garage Laenen est également devenu un Bosch Service Center officiel. Le garage se situe à proximité immédiate d’une station d’inspection automobile. Pratiquement tous les jours, le garage est fréquenté par des automobilistes dont le véhicule a reçu un certificat rouge et qui veulent faire réparer leur voiture rapidement, explique Ignace. “Après les adieux à Kia, j’ai pensé qu’il s’agissait du concept le plus intéressant pour poursuivre le développement de l’entreprise. C’est un concept très complet, qui permet d’offrir de nombreuses solutions. Le fait que nous ne soyons pas spécialisés dans une seule marque est un atout, selon moi. Cela attire une nouvelle clientèle, et les mécaniciens sont contents d’entendre un autre son de cloche. Nous sommes ravis.”

### EN BREF

- DATE DE CRÉATION : 1975
- SECTEUR/ACTIVITÉ : Garage et importateur
- NOMBRE D’IMPLANTATIONS : 1
- NOMBRE D’EMPLOYÉS : 10
- CHIFFRE D’AFFAIRES : 4,5 millions d’euros