



PLANÈTE AUTO



1 ESPAGNE

Volkswagen lance son enseigne de vente PR

Alors qu'en France les concessionnaires ont assumé l'amélioration du business PR vers les garages indépendants en gonflant leur dispositif logistique, la filiale ibérique a opté pour un modèle différent. Elle vient de lancer son enseigne PRO Service dont la mission est de livrer directement les 850 000 références catalogue de pièces d'origine de la marque en deux heures. Objectif : disposer de 41 magasins (quatre sont déjà actifs) à l'horizon 2018. Outre la livraison PR, ces sites fourniront un service d'assistance à l'intervention pour les réparateurs indépendants et seront centres de formation.

2 SUÈDE

WYZ Group ouvre sa filiale nordique

La société française spécialisée dans la vente et la gestion du pneumatique via Internet vient d'inaugurer sa filiale WYZ Nordic à Stockholm. Objectif : se positionner sur un marché où la digitalisation des services est en pleine croissance.



Les activités développées en priorité sont WYZ Réseaux (clients constructeurs, groupes de distribution automobile et acteurs du marché de la rechange) et WYZ Solutions proposant des outils en ligne pour commercialiser des pneumatiques auprès du BtoC aux acteurs de la distribution automobile et aux sites Web généralistes.



3 KENYA

Le Groupe PSA va à nouveau produire local

En signant un contrat avec Urysia, importateur et distributeur de la marque Peugeot dans le pays, le Groupe PSA marque son retour en terre kényane où il va assembler à partir de juin prochain les Peugeot 508 et 3008 destinées à couvrir les besoins du marché local, soit plus d'un millier de véhicules par an. Cet accord s'inscrit dans le cadre du plan stratégique « Push to Pass » de PSA visant à se développer à l'international, notamment en Afrique et au Moyen-Orient.