

Services - 29/02/2008



## Le groupement de loueurs indépendants Eurli dynamise sa démarche réseau

**Décidé à se positionner plus clairement comme l'alternative aux réseaux de location courte durée en franchise, le groupement de loueurs indépendants Eurli veut sortir de "l'anonymat" et accélérer son développement. Il souhaite fédérer 70 nouvelles agences d'ici 2009 sous le label Eurli.**

Méconnu des professionnels de l'automobile et inconnu des consommateurs, la société Eurli fédère depuis 1989 des loueurs courte durée indépendants initialement regroupés pour mutualiser leurs achats de véhicules. Aujourd'hui, 40 sociétés possédant 160 agences de location sont adhérentes du réseau Eurli Rent. Moyennant une cotisation annuelle de 15 000 €, la société se charge pour ses adhérents de négocier les conditions d'achat et de reprise des véhicules avec les constructeurs (7 500 véhicules/an dont 60% de VU) et de développer des outils pour faciliter la gestion de leur parc, créer de nouveaux services, etc.

*"33% des 4 200 agences de location courte durée en France sont des sociétés indépendantes, ne travaillant pas sous une enseigne en franchise. Notre vocation est de sortir ces sociétés de leur isolement pour les aider à développer leur compétitivité, via l'optimisation des achats notamment, tout en préservant leur indépendance",* résume **Denis Martin**, président directeur général d'Eurli.

Et à l'instar des mouvements de regroupement des indépendants observés ces dernières années sur le marché de la réparation pour "contrer" les réseaux constructeurs, Eurli souhaite à son tour structurer davantage sa démarche réseau pour se positionner comme l'alternative aux réseaux franchisés (Europcar, Avis, etc.).

*"Nos adhérents ont besoin d'afficher clairement leur appartenance à un réseau pour asseoir leur crédibilité et leur professionnalisme. Nous avons donc décidé de passer un nouveau cap en faisant sortir de l'ombre "l'entité Eurli" et en développant notre maillage national",* explique M. Martin.

Eurli lance pour cela un label associé à la signature d'une charte engageant les adhérents du réseau à respecter "leur promesse" de professionnalisme et d'accompagnement faite au client aux quatre moments clés de la location que sont l'accueil, la signature du devis (explication du tarif...), la remise des clés et la restitution du véhicule. La société a en outre développé de nouveaux outils de gestion et de communication à destination de ses adhérents qui devraient s'accompagner cette année de nouveaux services comme la création d'une centrale de réservation et d'un système de gestion partagée permettant de proposer au client la location "aller sans retour" (la réception du véhicule se faisant chez un autre adhérent).

Mais pour donner plus d'impact à "l'identité" Eurli et surtout optimiser encore davantage les achats pour ses adhérents, la société souhaite également accélérer son développement. Eurli vise 70 nouvelles agences recrutées en priorité sur Paris et dans la région parisienne, en Bretagne et dans le sud ouest de la France.

*"Plus nous serons représentatif, plus nous aurons de chance de développer des partenariats pour apporter de nouveaux services à nos adhérents et leurs clients (avec les assureurs et les assistes notamment)",* souligne M. Martin.

Emilie Binois