

## Accessibilité des pièces détachées : le réseau STAR



### GIFAM

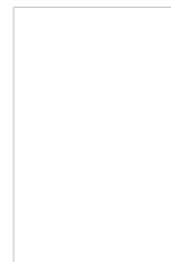
39 avenue d'Iéna  
75783 Paris Cedex 16

[Voir le site internet](#)

Auteur :

Hortense Brunier  
[hbrunier@gifam.fr](mailto:hbrunier@gifam.fr)

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



### CONTEXTE

Créé en 2010, par le Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'équipement Ménager (GIFAM), le réseau STAR est actuellement constitué de 135 stations techniques agréées et ayant obtenu la certification du service STAR par 5 constructeurs d'électroménager. Ces réparateurs indépendants offrent des prestations SAV aux constructeurs, aux distributeurs et aux consommateurs. Les réparations se font à domicile ou en atelier.

Le GIFAM dispose d'une commission SAV qui regroupe les responsables SAV des différentes entreprises qui produisent des appareils électroménagers. Cette commission travaille sur la question du service et de la réparation des appareils électroménagers. C'est dans ce cadre qu'AGORA a été créée en 1997. Il s'agit d'une plate-forme informatique de gestion des pièces détachées gérée collectivement par les fabricants à l'attention des professionnels de la réparation.

Le réseau STAR a été créé par cinq groupes du GIFAM (BSH, Groupe Candy Hoover, Electrolux, FagorBrandt et Whirlpool) - qui représentent une trentaine de marques - afin de renforcer la légitimité des marques auprès des consommateurs de plus en plus sensibilisés par le développement durable.

En proposant un service après-vente de proximité et labellisé, le Réseau STAR à l'ambition d'encourager le consommateur à faire réparer ses appareils électroménagers plutôt qu'à les renouveler, tout en gardant à l'esprit la notion d'équilibre financier et le critère de la consommation énergétique de l'appareil.

D'un point de vue logistique, le réseau STAR s'appuie sur la plate-forme AGORA : chaque entreprise dispose d'un compte lui donnant accès à toutes les fonctionnalités inhérentes à ce service.

### OBJECTIFS ET RESULTATS

#### Objectifs généraux

- Le réseau STAR regroupe aujourd'hui plus de 135 stations labellisées sur l'ensemble du territoire. L'objectif du GIFAM est d'assurer une couverture nationale avec un maillage complet des stations-service. A terme, le réseau devrait compter 200 stations ce qui garantira la présence d'un centre technique toutes les demies heures, ce qui correspond à un rayon de 30 à 40 km du consommateur dans les villes de taille moyenne ou de grande importance. Cette localisation doit limiter les déplacements du réparateur qui sera appelé pour une intervention chez le client.
- Pour le consommateur final, le label doit se traduire par une amélioration de la qualité d'intervention (le délai d'intervention est prioritaire) et une totale satisfaction. Il permet d'assurer une garantie de service.

#### Résultats quantitatifs

- Nombre de stations techniques : 135 entreprises
- Nombre de techniciens GEM : 500
- Nombre de véhicules : 600
- Nombre d'interventions : 860 000
- Chiffre d'affaire : 68 millions d'euros, soit 530 000 € par entreprise

- Capacité d'intervention ou taux de couverture du territoire national : 85%
- Âge moyen des dirigeants : 47,6 ans (traduit l'expérience des dirigeants)

## Résultats qualitatifs

### Facteurs de succès :

- Maillage national des stations techniques permettant au consommateur de trouver une solution de réparation ou d'achat de pièces détachées au niveau local dans des délais très courts ;
- Moyens humains et techniques dédiés au réseau (équipe chargée de piloter et d'accompagner le réseau, support pour la formation et le recrutement, site intranet STAR) ;
- Comités de pilotage permettant d'impliquer les constructeurs et les réparateurs dans la recherche de solutions adaptées ;
- Organisation avec des responsables régionaux permettant de développer des solutions innovantes (ex : ateliers d'autoréparation) ;
- Accompagnement des repreneurs en cas de fin d'activité d'une entreprise afin d'en assurer la succession.

### Facteurs limitants :

Difficultés, pour les entreprises du secteur, de trouver des techniciens compétents.

- Solution : grâce au label du réseau STAR, développer une image de marque positive des SAV basée sur le professionnalisme des entreprises et communiquer sur ce point.

Craintes à l'égard d'une réglementation contraignante qui imposerait une garantie de 5 ans et de ce fait, n'encouragerait plus le consommateur à faire réparer mais à bénéficier de solutions de remplacement de la part des vendeurs.

- Solution : statu quo réglementaire

En cas de réparation sur des appareils de constructeurs qui ne font pas partie du réseau STAR, la disponibilité des pièces détachées n'est pas toujours évidente.

- Solution : réglementation en projet sur l'obligation d'information quant à la mise à disposition des pièces détachées.

### Valeur ajoutée d'une approche « multi-produits » :

- Dans la mesure où le consommateur possède en moyenne 7 appareils de marques différentes, il était légitime de lui proposer un comptoir unique. Le réseau de stations techniques apporte également un service de proximité au consommateur avec un conseil possible de la part d'un professionnel.

### Valeur ajoutée d'une approche territorialisée :

- Le maillage des stations techniques permet de réduire le rayon d'action avec pour conséquences : une amélioration des délais du SAV et une facilité de retour en atelier d'un appareil (moins de distance à parcourir pour le réparateur et pour le consommateur).

## MISE EN OEUVRE

### Planning

#### 2008

- Le GIFAM fait appel à un bureau de consulting afin d'étudier la faisabilité de créer un réseau de réparateurs indépendants.

#### 2009

- Suite aux conclusions du bureau d'études, le GIFAM décide de construire une offre qualitative. Un bureau spécialisé se voit confier la tâche d'élaborer un label qui devra fédérer et organiser les professionnels dans le but de mieux servir le consommateur. Cette démarche a été validée par un cabinet juridique qui a pu

démontrer que la mise en commun des moyens inhérents aux 5 constructeurs n'était pas critiquable dans la mesure où le service proposé vise à apporter du bénéfice du consommateur.

## 2010

- Le réseau STAR est créé officiellement et une équipe constituée de 3 personnes est dédiée à la construction du réseau STAR. Cette équipe s'attache à auditer les réparateurs qui souhaitent intégrer le réseau. Elle réalise des audits auprès de la majorité des entreprises présentes sur le marché avec comme préalable qu'elles soient indépendantes et uniquement actives dans le domaine du SAV.

## 2010-2013

- Croissance continue du réseau et du nombre de stations techniques.
- Identification de zones non couvertes afin de les combler.

## 2013

- Mise en place de représentants régionaux (6 régions).
- Organisation de réunions régionales avec les dirigeants des entreprises dans l'optique de travailler sur les filières et de développer des solutions visant à l'amélioration continue du réseau (commissions de travail).
- Création d'un bureau national avec nomination de 2 représentants nationaux.

## 2014

- Création d'une structure de représentation pour que le réseau STAR se dote d'une entité juridique pour se faire représenter sur le plan officiel.
- Projet d'installation de 4 ateliers en libre-service afin d'accompagner l'autoréparation en toute sécurité.

## Moyens humains

- Equipe composée de 3 personnes chargées de piloter et d'accompagner le réseau. Cette équipe réalise les audits auprès des entreprises en vue de l'octroi du label et le suivi des indicateurs statistiques sur les délais.
- Le réseau STAR compte plus de 500 techniciens GEM qui réalisent quelque 860 000 interventions par an.
- Chaque entreprise emploie 5 à 7 personnes en moyenne

## Moyens financiers

- Le réseau STAR a nécessité un investissement important de la part des constructeurs impliqués dans le projet, notamment en matière d'encadrement et d'accompagnement des réparateurs.
- Le chiffre d'affaire de 68 millions d'euros permet de donner une indication de l'activité générée

## Moyens techniques

Le réseau est doté d'un label fondé sur des critères objectifs (AFNOR NFX 50 004), offrant la reconnaissance des compétences du service ;

- Le label repose également sur des critères plus qualitatifs : un socle de valeurs communes qui concernent la qualité de service, les délais d'intervention et les compétences des réparateurs.
- La grille d'audit utilisée en vue de la certification permet d'évaluer différents critères tels que l'accueil, l'organisation, le respect de la réglementation (réglementation sociale, conditions générales de vente, délais d'ouverture, organisation du SAV, etc.).
- Le contrat que les réparateurs signent avec chaque constructeur précise les engagements à tenir en cas d'ordre de mission de la part de constructeurs (exemples : s'engager à rappeler le client sous les 2h, à intervenir sous 48h, etc.).
- Site intranet STAR dédié aux réparateurs agréés afin de faciliter le partage d'informations et une mutualisation du recrutement (bourse de l'emploi, centrale de référencement, informations sur la formation, les constructeurs, la réglementation, etc.) ;
- Ouverture d'un compte sur AGORA qui donne accès aux accréditations octroyées par les constructeurs et aux fonctionnalités propres permettant d'assurer la gestion des réparations, de commander des pièces détachées, etc.
- Support pour la formation (accueil, gestion, management...) et le recrutement ;
- Communication cohérente sur l'activité ;
- Comités techniques ;
- Comités de concertation à l'échelle régionale en vue de générer des idées en termes de développement

économique.

## Partenaires mobilisés

Réparateurs indépendants

## VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

### Facteurs de réussites

Un tel réseau est reproductible dans certaines conditions :

- S'assurer que les différents partenaires aient un outil standard et commun. Il est important de simplifier le travail des SAV et de standardiser les pratiques pour s'assurer que l'entreprise adopte la même approche. C'est la particularité de la plate-forme AGORA.
- Sur le plan de la gestion des équipes et du suivi des réparations, une approche standardisée est également nécessaire. Ainsi, vis-à-vis du client, il y a lieu de définir un service commun de qualité : c'est le propre des centres techniques labélisés.

Au final, la mise en réseau doit se traduire par un gain en termes de productivité

### Difficultés rencontrées

-

### Recommandations éventuelles

- Réaliser une étude de faisabilité, une analyse macroéconomique préalablement à tout projet de construction de réseau ;
- Ne pas négliger les aspects juridiques propres aux entreprises indépendantes qui gardent leur indépendance et leur pouvoir de décision ;
- Ne pas se focaliser sur les aspects techniques mais s'intéresser aux aspects opérationnels : comprendre le fonctionnement des entreprises ;
- Donner un vrai contenu au service proposé car l'enjeu est important : la satisfaction du consommateur et la fidélisation.

---

## Mots clés

MENAGE | COMMERCE | EQUIPEMENTS ELECTRIQUES ET ELECTRONIQUES

## Dernière actualisation

Septembre 2014

Fiche réalisée sur le site [optigede.ademe.fr](http://optigede.ademe.fr)  
sous la responsabilité de son auteur

## Contact ADEME

Direction régionale