



Des courroies

Destinée à la distribution ou aux accessoires, la courroie apparaît comme un incontournable de l'entretien. Au cœur du marché de l'aftermarket, elle s'inscrit dans le top 5 des entrées en atelier. Entre évolutions techniques et stratégies commerciales, le segment attise la concurrence des équipementiers, qui misent à présent sur des kits complets de rechange.

PAR LUDOVIC BELLANGER

Organisé autour de trois *majors* (Continental, Dayco et Gates), le marché de la courroie voit une myriade de *challengers* animer les débats : SNR, Steigentech, INA... Parmi les équipementiers, SKF témoigne une volonté de conquête de la rechange, tout en défendant une qualité équivalente à l'origine. En termes de distribution, si les MDD sont légion aux côtés des gammes intermédiaires multimarques des constructeurs, à l'image de Motrio ou d'Eurorepar, le marché reste orienté vers les fabricants premium. Les gammes budget (portées par ProCoDis,

DCA...) demeurent minoritaires. Elles se limitent à quelques références, destinées principalement au marché de l'occasion. Afin de s'affranchir des stratégies des uns et des autres, le distributeur Exadis mise sur Michelin. « La marque apporte une notoriété. Elle constitue une solution alternative qui nous permet, en tant que distributeur exclusif, de maîtriser la politique tarifaire, les remises... » explique André Cixous, chef de produit courroie et transmission d'Exadis. Pour pouvoir capter le marché, trois facteurs clés sont nécessaires, note le responsable. Outre la qualité des informations