



BERTRAND PÉTREMONT

ASSOCIÉ FONDATEUR DE L'ESSENCE DE L'AUTOMOBILE

PROPOS RECUEILLIS PAR **STÉPHANE SCHLESINGER**
PHOTOS (SAUF MENTION CONTRAIRE) **L'ESSENCE DE L'AUTOMOBILE**

En quoi consiste l'activité de votre entreprise ?

Nous avons ouvert en avril dernier, à Aubergenville (78). L'Essence de l'Automobile, c'est avant tout un état d'esprit combinant trois secteurs qui me sont chers : l'automobile, l'art et la convivialité. Nos prestations s'articulent autour de la vente et du dépôt-vente de voitures, mais nous proposons aussi des travaux d'artistes. D'ailleurs, pour moi, l'auto c'est un design, un toucher, un parfum. C'est davantage une œuvre d'art qu'un simple moyen de locomotion. J'ai pensé et inventé à la fois notre nom et notre logo pour qu'ils reflètent cela. Nous allons aussi ouvrir un bar à champagne en partenariat avec la maison

Cuperly dont la philosophie nous correspond complètement. Nous ne proposerons que des boissons avec au maximum 18° d'alcool. Nous disposons de la Licence III qui nous permet de vendre des vins, des champagnes et autres. Nous proposerons des dégustations de planches de fromages et de charcuterie. Les gens pourront se poser dans un cadre artistique, industriel et chaleureux. Nous allons de plus développer une partie événementielle.

Avez-vous toujours travaillé dans l'automobile ?

J'ai développé une passion pour l'auto dès mon enfance avec les miniatures Majorette. Je l'ai poursuivie avec les Bburago et

je l'ai finalisée par six ans d'études en mécanique et en gestion, au Garac. Après, j'ai été conseiller client en après-vente chez différents concessionnaires, pour finir responsable de ce département. J'ai débuté l'Essence de l'Automobile grâce à ma femme, après avoir été alité pour maladie pendant 12 semaines. Cela m'a permis de tout remettre à plat pour faire ce qui me plaît.

Quel type de voitures proposez-vous ?

Des modèles d'exception, mais pour tous les goûts et toutes les bourses. C'est ce que je souhaite faire, au lieu d'entrer dans l'aspect purement élitiste de la passion automobile. Nous voulons que le client n'ait pas peur de franchir la porte et surtout prenne plaisir à découvrir ce que nous exposons.

Comment sélectionnez-vous les œuvres d'art ?

Quand nous avons ouvert, quelques-unes étaient déjà là. J'ai fait part de notre projet aux artistes. Certains ont été séduits par le concept et sont venus nous rejoindre, pour nous montrer

leurs œuvres. Nous avons effectué une sélection, négocié un modèle économique et discuté de la façon de les présenter. Nous sommes en perpétuelle recherche de nouveaux talents.

Et les voitures ?

J'ai une culture automobile relativement importante et la chance de ne pas avoir de marque fétiche. Je suis très ouvert à la diversité. Partant de là, mon cahier des charges est très simple : que l'auto soit en parfait état de présentation comme de fonctionnement. Le propriétaire doit aussi avoir l'historique, et nous procédons à une expertise s'il n'en existe pas. Tout ceci a lieu avant la vente. Ensuite, mes relations me permettent d'obtenir des autos intéressantes, peut-être avant tout le monde car je fais très vite une offre. Enfin, je ne retiens que des modèles coups de cœur. Là, par exemple, j'ai une VW Lupo GTI de 68 000 km en 2^e main française, avec sa peinture d'origine. C'est typiquement ce qui m'intéresse. J'ai aussi acheté un BMW Z4 M Coupé, une pépite au design peut-être clivant mais qui est dingue.



Un Z4 M oui, mais coupé : un vrai choix d'esthète.

© Stéphane Schlesinger



Les voitures proposées vont de la Fiat 500 à la Ford GT, de 12 000 € à 400 000 €.



© Stéphane Schlesinger



Ci-dessus : Bertrand Pétremont accorde beaucoup d'importance au choix des voitures... et des œuvres d'art. La mezzanine où il se trouve peut servir de zone de réception.

Comment va l'activité ?

Nous en sommes encore au démarrage mais nous sommes satisfaits de nos débuts. Nous avons déjà vendu pas mal d'autos, de 15 000 à 400 000 €. L'activité est un peu tendue aujourd'hui vu le contexte international, mais nous sommes plus que jamais en phase de création d'événements et d'outils de communication autour de l'Essence de l'Automobile. Nous cherchons à être inventifs et au plus près de nos clients

Quel type de modèles la clientèle privilégie-t-elle ?

Nous balayons une clientèle très large et exigeante, qui recherche de tout. Et d'abord des véhicules en très bon état, avec un historique, ne nécessitant pas ou peu de travaux. Toute la difficulté est d'avoir ce juste milieu entre prix, qualité et prestations. Il n'y a pas d'effet de seuil tarifaire sur le marché. Par exemple, je viens de vendre une Porsche 997 Carrera 4S phase 1 Tiptronic, donc pas la plus recherchée, à plus de 60 000 €. Pourquoi ? Parce que la voiture était magnifique et dans une configuration extraordinaire. Les

coloris et les options sont déterminants pour bien vendre. D'ailleurs, on n'achète pas un prix, mais une voiture. J'ai une anecdote à ce sujet. Un jour, un client vient me voir pour une BMW 325i Cabriolet E30 dans un état exceptionnel. J'avais aussi à ce moment une Lancia Thema 8.32 dans une condition tout aussi parfaite – 63 000 km, comme neuve – mais à plus de 30 000 €. Eh bien, il est reparti avec cette dernière !

notre philosophie : nous faisons travailler un artiste, nous faisons plaisir à l'acquéreur et il se souviendra de nous pour ça. De même, le client sait que sa voiture sera bien mise en valeur dans le cas d'un dépôt-vente. Certains effectuent plus de 200 km pour nous confier leur auto ! Après l'achat, nous proposons des partenaires pour l'entretien de la voiture, notamment pour les Porsche et Ferrari. Ce sont surtout les porschistes qui nous

"IL Y AURA TOUJOURS UN MARCHÉ POUR LES YOUNGTIMERS ET LES AUTOS DES ANNÉES 1960 ET 1970"

Proposez-vous des services complémentaires : garantie, recherche de véhicules, conseil ?

Comme je suis sûr de ce que je vends, je propose une garantie pour chaque voiture via notre partenaire Gras Savoye. Ensuite, chaque client repart avec une œuvre d'art représentant sa voiture, unique et dessinée à ma demande pour la livraison. C'est

interrogent sur les bons prestataires. Si je peux conseiller pour l'achat, je ne m'occuperai jamais de gérer une restauration pour le client. C'est trop de problèmes. On sait quand elle commence, jamais quand elle finit. En revanche, je peux recommander un restaurateur, un sellier ou un électricien. Enfin, dès le départ, je voulais proposer un service complémentaire qui

apporte une plus-value visuelle évidente. J'ai choisi de me rapprocher d'un poseur de "detailing" (nettoyage et remise à l'état neuf d'un véhicule pour lui rendre son apparence d'origine), Yann Lepore, de l'entreprise Ceramicar, pour son sérieux et sa finesse dans son travail. Je lui ai proposé un local dans notre espace, qu'il a aménagé.

Quel est l'état du marché ?

La passion automobile ne faiblit pas en France, au contraire. Les clubs se multiplient, tout comme les rassemblements et les manifestations. Certes, la voiture électrique est là, mais les gens ont toujours envie de se faire plaisir avec une thermique. Les youngtimers et les autos des années 1960 et 1970 auront toujours un marché. Celui-ci présente encore un potentiel important, surtout qu'on peut y trouver des pépites, parfois dès 5 000 €. Par ailleurs, certains se saignent aux quatre veines pour s'acheter une Ferrari, de la 308 à la F430. C'est leur choix de vie. Ils préfèrent ça à un SUV de milieu de gamme, et roulent en petite voiture au quotidien. ■