

## **Engie Home Services Réparer oui, vendre c'est mieux**

Publié le : 25/09/2018

Grâce à son réseau de 220 agences sur le territoire, Engie Home Services est numéro un de la vente de chaudières chez les particuliers. **Mais ses méthodes de vente sont discutables.**

Un versement de 55 € par mois pendant cinq ans pour une nouvelle chaudière gaz haute performance standard, ou jusqu'à 90 € pour du haut de gamme : c'est le pack chaudière tout inclus, une formule gagnante pour Engie Home Services, filiale du groupe Engie (ex-GDF-Suez), le fournisseur historique de gaz en France. À l'origine techniciens de maintenance, ses salariés sont, en plus, devenus technico-commerciaux. En interne, tout les y encourage : une prime sur chaque contrat signé, des bonus pour ceux qui engrangent le plus et des pressions sur ceux qui en rapportent le moins ! Leur cœur de métier n'est pourtant pas la vente, l'intitulé de leur fonction le prouve. De plus, Engie Home Services est avant tout spécialiste et leader de l'entretien et du dépannage des systèmes individuels de chauffage.

### **MÉLANGE DES GENRES**

D'ailleurs, à moins que la demande de chaudière neuve ait été faite au préalable, quand ses techniciens de maintenance franchissent la porte d'un domicile, c'est pour une visite d'entretien, un dépannage ou un contrôle de l'installation. En aucun cas pour vendre une chaudière. Le client ne s'attend pas à être démarché. Mais pour peu que l'appareil en place ait besoin d'un nettoyage, qu'il soit en panne ou date un peu, le technicien annonce un montant de réparation élevé. Le client est sonné, le salarié peut alors dérouler des arguments qui font mouche : « Pour seulement 55 € par mois, vous faites de belles économies d'énergie avec une chaudière à condensation toute neuve, vous avez droit à un crédit d'impôt et nous vous offrons cinq ans d'entretien gratuit, c'est tout bénéfice. » Presque soulagé, le particulier fait remplacer sa chaudière par un modèle neuf, convaincu de faire une bonne affaire, oubliant même qu'il n'avait pas l'intention d'en acheter une.

### **L'ANCIENNE CHAUDIÈRE RECYCLÉE EN DOUCE EN PIÈCES DÉTACHÉES**

Et la bonne affaire, c'est surtout Engie Home Services qui la réalise. En effet, si les artisans plombiers chauffagistes se fournissent au coup par coup, en quelques exemplaires, la filiale d'Engie achète en énormes quantités. Elle a même dépensé 38 millions d'euros pour le seul achat de chaudières en 2017. Ce montant de commandes sans équivalent lui permet d'obtenir des prix défiant toute concurrence. Même en y ajoutant la rémunération de l'installateur, les facturer de 3 300 à 5 400 € selon les modèles et les marques est rentable.

Certes, ce montant inclut les cinq ans d'entretien, au cours desquels il peut y avoir des pièces à changer. Néanmoins, sur les deux premières années, elles restent à la charge du fabricant. Ensuite, le système est optimisé. Quand les techniciens interviennent, s'il y a une pièce à changer, ils repartent avec celle qui était en place. Si elle peut encore servir, elle file vers l'atelier. De même, toutes les chaudières remplacées par un modèle neuf y sont démontées. Les pièces réutilisables sont nettoyées, détartrées, contrôlées. Reconditionnées, elles repartent dans le circuit pour les contrats tout compris. Cette procédure, souligne la direction, « s'inscrit dans la démarche développement durable de l'entreprise en recyclant et réduisant les déchets, et les pièces rénovées bénéficient des mêmes garanties que les pièces neuves ». Vrai, mais cette pratique de reconditionnement coûte nettement moins cher que le remplacement par des pièces neuves. Plus ennuyeux, les clients n'en savent rien. Peut-être pour éviter qu'ils exigent d'être rémunérés pour la reprise de leur ancienne chaudière s'ils apprennent qu'elle peut leur revenir en pièces détachées !

### **PRESSIION COMMERCIALE**

Engie Home Services s'intéresse aussi aux déménagements. Dès qu'un client s'installe dans un nouveau logement, il est appelé pour une visite de contrôle. Le rendez-vous pris, les techniciens de

maintenance jouent à nouveau les technico-commerciaux. Si le modèle de la chaudière n'est pas trop récent, l'objectif est d'en vendre une nouvelle. Le technicien effectue un devis, la conseillère commerciale rappelle le client s'il ne répond pas dans les quinze jours. Quand le client ne veut vraiment pas changer d'équipement, tout n'est pas perdu. La visite devient l'occasion de faire souscrire un contrat d'entretien « intégral » à la place du contrat minimal.

Quel que soit l'objet de la visite, on en profite également pour vanter l'intérêt des offres de marché d'Engie pour le gaz et l'électricité. Le technicien laisse un flyer pour un bon d'achat de 50, 100 ou 200 €, selon les offres et le moment. Le client n'a plus qu'à appeler le numéro inscrit pour souscrire ensuite par téléphone. Les offres du fournisseur historique Engie ne sont pourtant pas les plus compétitives, notre comparateur énergie le démontre régulièrement.

Enfin, les visites d'entretien s'effectuent parfois hors contrat. Si l'appareil n'est plus sous garantie, les salariés sont engagés à placer un contrat « intégral » à 23,40 € par mois minimum, soit au moins 281 € par an. Là encore, les arguments sont percutants. « Jamais de surcoût imprévu, le remplacement des pièces est inclus, c'est la tranquillité assurée », garantissent-ils. Les clients se laissent facilement convaincre, bien que ce type de contrat ne s'applique qu'aux modèles de deux à dix ans. Modèles qui ne sont pas censés tomber souvent en panne. Au cas où, les pièces rénovées minimisent les coûts. Le technicien peut au contraire tenter de placer une chaudière neuve, c'est bien vu aussi.

Ce système parfaitement huilé fait ses preuves. En 2017, la vente d'appareils en remplacement de modèles existants a généré un chiffre d'affaires de 108 millions d'euros, en hausse de 17 % sur l'exercice précédent. Un succès en partie dû aux techniciens, sous couvert de visites d'entretien, de dépannage ou de contrôle. Ce que la direction de l'entreprise tient à démentir : « Les techniciens d'Engie Home Services ne sont pas des commerciaux, nous assure-t-elle. En 2017, plus de 65 000 heures de formation leur ont été consacrées. Ces formations tournent autour du geste technique, des habilitations nécessaires pour intervenir en sécurité, de la relation clients et de la sécurité. » Or, toutes les offres d'emploi publiées par l'entreprise pour recruter des « techniciens de maintenance » abordent le volet commercial : « Vous apportez des conseils (...) en proposant des nouveaux produits innovants et des contrats d'entretien. Vous bénéficiez de primes commerciales pour chaque vente effectuée », précisent les annonces. « Quand j'ai débuté, témoigne un représentant du personnel, on ne changeait la chaudière que si le fabricant ne fournissait plus de pièces détachées. Aujourd'hui, la hiérarchie met la pression. Les objectifs de vente sont même parfois affichés en agence. » Déjà perçue comme un rouleau compresseur par la profession, la filiale d'Engie fait tout pour renforcer son statut de leader... aux dépens des artisans.

## **LES ARTISANS SE REBIFFENT**

« La mise en place des contrats de vente et d'entretien financés par des versements mensuels fait partie des nouvelles méthodes commerciales, reconnaît Patrick Liébus, le président de la Capeb, la Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment. C'est assurément l'avenir, cette forme de vente est plébiscitée par les clients. On le constate dans l'automobile. » Reste que les plombiers chauffagistes sont incapables de proposer ce type de contrats, ils ne bénéficient pas de la puissance du groupe Engie. Un désavantage concurrentiel auquel la Capeb compte bien remédier. « Nous travaillons à des contrats de vente et d'entretien de chaudières sécurisés pour les consommateurs, y compris sur le financement par mensualités, confirme Patrick Liébus. Les artisans sont les mieux placés pour instaurer une relation de confiance avec leurs clients, un suivi dans la durée. Ils doivent pouvoir offrir exactement les mêmes prestations pour conserver l'accès au marché des particuliers. »

Les consommateurs y trouveront au moins un gros avantage, celui de changer de chaudière quand ils le décident. Pas sous la pression commerciale inattendue de techniciens de maintenance venus pour entretenir ou dépanner.

*Élisabeth Chesnais*