

2010 : 20 ans d'expérience pour AMD Technic,

sur le marché du bronzage



L'année 2010, année anniversaire d'une expérience reconnue de la société AMD Technic sur le marché du bronzage. En effet, voilà 20 ans que Carlos Mangana, et son associé à Fernando Azevedo répondent de la simple maintenance à la création de centres complets en passant par la vente, l'installation de bancs solaires auprès aussi des instituts de beauté, des salons de coiffure, des salles de sport, des grands hôtels en France ainsi que récemment à l'étranger.

Avec plus de 1500 clients, et la représentation exclusive des marques UltraSun et Mégasun, AMD Technic est devenu durant toutes ces années un opérateur incontournable pour qui s'intéresse au bronzage artificiel.

Ces 20 années ont vu différents changements sur ce marché du bien-être. Nous avons voulu à ce titre demander à Carlos Mangana, Directeur Général de la société AMD Technic de faire le point sur son expérience de ce marché, de son constat des évolutions et de sa vision de l'avenir.

Tan•BIZ : *Pouvez-vous nous préciser votre parcours dans ce secteur du bronzage ?*

CM : En 1985, j'ai acquis mon expérience au sein d'un fabricant français de solariums.

A sa fermeture en 1990, nous avons racheté le fichier clients et créé notre propre entreprise en association avec Mr Fernando Azevedo, qui travaillait aussi avec moi afin d'assurer le suivi technique des appareils. Notre activité était orientée vers l'assistance et la maintenance des solariums. Mais très vite, je me suis aperçu que le parc aurait besoin d'être renouvelé. Nous avons alors passé des accords commerciaux avec UltraSun, un fabricant de solariums basé en Hollande dont la production est en Allemagne.

Notre choix s'est porté vers ce matériel techniquement fiable et nous en sommes

très vite devenus l'importateur exclusif. Le matériel obsolète a progressivement été remplacé.

Tout en maîtrisant sa croissance, ma société a diversifié son offre en assurant non seulement la vente, mais aussi l'installation du matériel, le suivi technique, avec les professionnels et dès 1994 avec la première chaîne de centre de bronzage, dont nous sommes toujours partenaire, mais aussi la reprise et le recyclage des appareils anciens. Après le décret UV de mai 1997, le conseil, la conception des centres de bronzage et la gestion de la clientèle ont été nos nouveaux objectifs.

En 2001, notre show room a ouvert ses portes à Paris afin de montrer notre savoir faire à nos investisseurs et clients qui souhaitaient créer leur centre de bronzage en totale indépendance.



En 2006, nous importons la marque MegaSun dont les produits très haut de gamme sont complémentaires avec ceux que nous distribuons déjà.

Et en 2009, nous avons regroupé toutes nos compétences dans notre nouveau siège. Nous disposons sur place d'un show-room accessible au public et organisons les formations UV obligatoires pour nos clients.

En 2010, pour fêter notre 20^{ème} anniversaire, Ultrasun Hollande nous confie la distribution des solariums de marque Dr MULLER pour la France.

car notre vision a toujours été à long terme.

Nous avons développé notre service technique pour assurer des interventions partout en France chez nos clients. Le service commercial est assuré par des collaborateurs les plus expérimentés et professionnels dans ce domaine. On ne s'improvise pas « spécialiste » sans aucune expérience.

TAN●BIZ : 2009 a été l'année d'une attaque importante des anti-UV. A la vue de votre développement important durant cette année passée avec

CM : Nous avons étudié les différents cas de fermetures de certains centres de toutes enseignes. En premier, les fermetures sont souvent la conséquence d'une mauvaise gestion de la clientèle qui est très volatile surtout dans les grandes villes. En second, d'un investissement trop important par rapport à la zone de chalandise. En troisième une mésentente au sein même de la direction, ce qui ne motive pas le personnel qui y travaille. Les autres cas, ce sont souvent des indépendants qui n'avaient pas un outil de travail performant et fiable.



TAN●BIZ : Durant toutes ces années l'évolution de la pratique du bronzage en cabine a bien évolué. Pouvez-vous nous préciser les changements importants que vous avez constatés ?

CM : Le bronzage en cabine s'est professionnalisé grâce à une réglementation et un cadre de loi et de ce fait il s'est démocratisé grâce aux points d'exploitation qui se sont développés. Les clients ne se cachent plus pour rentrer dans un centre de bronzage, mais au contraire ils en parlent autour d'eux et dans toutes les catégories socio-professionnelles.

TAN●BIZ : AMD Technic a suivi cette évolution. Par rapport à 1990 votre rôle de fournisseur a aussi bien changé. Quelle a été votre adaptation ?

CM : Comme je vous l'ai précisé, nous avons su nous développer tout en maîtrisant la croissance de la société,

l'ouverture de nombreux nouveaux centres par votre intermédiaire, pouvez-vous nous préciser le pourquoi de cette réussite et de cette confiance ?

CM : Les attaques anti UV ont toujours existées. Les informations inexactes ont été relayées de façon exagérée par les médias. Le travail du SNPBC et de ses adhérents professionnels dont nous faisons partie, a permis de se porter en faux par rapport à cette polémique médiatique, et ainsi de rassurer tous les investisseurs, de limiter la baisse de fréquentation des exploitants déjà installés et la conquête de nouveaux clients.

Notre réussite est liée à notre professionnalisme.

TAN●BIZ : Certains centres ont fermés...d'autres exploitants en ont ouvert d'autres. Avez-vous une explication à cette attitude ?

Les exploitants qui réussissent savent s'entourer de fournisseurs professionnels, personnel compétent et d'un management irréprochable.

Le but avoué étant « d'avoir un nouveau bébé dès que le premier marche tout seul ».

TAN●BIZ : Vous commencez à répondre à des demandes venant de l'étranger. Vous appréhendez la façon dont certains pays abordent la pratique et la commercialisation des séances de bronzage. Ceci vous permet de faire des comparaisons avec la France. Quel est votre point de vue à ce sujet ?

CM : Les autres Pays Européens voisins sont en avance sur nous, les séances de bronzage ne sont pas liées à un effet de mode, mais à un besoin.

Dans le livre blanc que nous avons édité avec le SNPBC, nous expliquons pourquoi.

Il y a d'autres Pays émergents pour lesquels tout est à faire comme en France fin des années 80. Avec notre expérience, notre service commercial va pouvoir aider les futurs clients dans ces Pays.

Tan•BIZ : *Vous ne commercialisez auparavant que des matériels et produits qui n'avaient trait qu'au bronzage en cabine. La diversification vers « l'esthétique », par exemple, avec la venue de machines à collagène vous paraît-elle une solution pour l'exploitant ?*

CM : Nous avons commercialisé à partir de 2002, les cabines autobronzantes, afin d'apporter une diversification esthétique dans les centres de bronzage. Les clients étaient curieux pour les tester, satisfaits des résultats, mais néanmoins revenaient aux solariums

UV. Il n'y avait pas la même fréquentation, donc la même rentabilité qu'avec les solariums, donc nous nous sommes recentrés sur notre métier de base.

Les nouvelles machines au collagène nous permettent de cibler une autre clientèle. Nous sommes dans une ère où nous prenons soin de notre santé, de notre corps et de notre apparence. Ces « collariums » répondent aux personnes qui souhaitent ralentir les premiers signes de vieillissement, à celles qui souhaitent un remodelage complet.

Ces appareils s'utilisent tout au long de l'année et permettent ainsi un meilleur chiffre d'affaires et continu.

Tan•BIZ : *Votre connaissance du marché vous permet-elle de nous donner la vision que vous avez pour ces ... 20 prochaines années ?*

CM : Pour les vingt prochaines années, il y a encore beaucoup de travail pour pouvoir équiper le France entière.

Dans les 10 années à venir, beaucoup plus de commerces, de la beauté, de la coiffure, du bien-être seront équipés de solariums.

La technologie des fabricants permettra de limiter la consommation d'énergie tant à l'exploitation qu'à la production.

Le plan rénovation que nous avons mis en place va nous permettre de renouveler le parc de Solariums.

Les clients qui nous ont fait confiance depuis le début, et les nouveaux qui souhaitent travailler avec nous, auront l'assurance d'une réussite avec du matériel sécurisé, performant et fiable.

AMDTechnic

