



2011

**Si vous êtes hermétique à l'innovation et à l'efficacité,
ne tournez pas nos pages...**



Développer les compétences en offrant l'accessibilité à l'info aux pros de l'auto.

Arrêtez de spéculer, rentabilisez !

- ▶ Tous les mois 87 507 exemplaires certifiés OJD
- ▶ pour informer **367 000 pros** !

*Pour vous adresser aux professionnels de l'auto,
faites comme la grande majorité des annonceurs...*

... mettez-vous au gratuit !



2008

Mise en distribution
87 507 exemplaires

Constat

Lectorat

Distribution

Tarifs

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

Nos innovations 2011

- ▶ Nouvelle maquette, nouveau format. Plus de dynamisme et de visibilité
- ▶ Nouvelle technologie d'impression pour un meilleur rendu
- ▶ 7 nouveaux formats publicitaires (Pyramide, Flex form...)
- ▶ Charte Développement durable (papier recyclé)
- ▶ OFFENSIVE SUR L'EMPLOI: couplage sur *Autopros.fr* et *CarrièreOnline.com* avec gratuité des offres d'emplois sur notre site
- ▶ Internet (annuaire des pros, vidéo, news quotidiennes...)
- ▶ Après le grand succès de 2010, « Les Champions de l'Auto 2011 » : les récompenses des opérationnels et du terrain. **A ne louper sous aucun prétexte en décembre 2011**
- ▶ Le titre **VUL-PL Gratuit PROS (150 000 exemplaires)**.



Mise en distribution
87507 exemplaires

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

AUTO GRATUIT PROS

LE MENSUEL
GRATUIT VRAIMENT

PRO

GRATUIT
GROUPE
PROS

L'adaptation du modèle gratuit à la presse professionnelle

Créé en 2005, AUTO GRATUIT PROS représente aujourd'hui la plus grosse mise en distribution OJD du secteur automobile professionnel : 87 507 exemplaires mensuels (source OJD 2009).

BATI GRATUIT PROS est lancé en octobre 2007. Conçu sur le même modèle que son grand frère, le titre est distribué chaque mois en moyenne à 101 600 exemplaires OJD.

RESTO GRATUIT PROS est lancé en octobre 2008. OJD 2009 à 104 995 exemplaires par mois.

VUL/PL GRATUIT PROS est lancé en juin 2009. Trimestriel à 150 000 exemplaires.

OCTOBRE 2010 → Lancement de DISTRI GRATUIT PROS

+ de 3 798 570 exemplaires distribués en 2010

Constat

Lectorat

Distribution

Tarifs



Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

AUTO GRATUIT PROS

LE MENSUEL
GRATUIT VRAIMENT

PRO

GRATUIT
GROUPE
PROS

La réussite d'un modèle

N°1 des quotidiens Grand Public: **20 Minutes**

N°2 des quotidiens Grand Public: **Métro**

N°1 de la Presse Pro Auto: **Auto Gratuit Pros**

N°1 de la Presse Pro Bâtiment: **Bati Gratuit Pros**

N°1 de la Presse Pro Restauration: **Resto Gratuit Pros**

+ de 3 798 570 exemplaires distribués en 2010



2009

Mise en distribution
87507 exemplaires

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

Constat

Lectorat

Distribution

Tarifs

L'info est un enjeu majeur pour tous

95 % des pros n'ont pas accès à l'info

- ▶ *Sur près de 367 000 professionnels de l'Auto : seuls 20 000 ont accès à un support de presse pro. Ces 5 % représentent la cible unique de la presse pro payante.*
- ▶ *Les 348 000 autres, soit 95 %... sont les « oubliés de l'info »*

Développer les compétences en offrant l'accessibilité à l'info aux pros de l'auto

Constat

Lectorat

Distribution

Tarifs



Mise en distribution
87 507 exemplaires

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail : contact@autopros.fr
Site : www.autopros.fr

Un format en phase avec notre lectorat

► Un format tabloïd sur papier journal

Les hommes de terrain sont plus habitués à lire la presse locale que les business magazines parisiens sur papier glacé.

► Un mensuel

C'est la périodicité préférée des opérationnels de l'auto.

► Du papier

Encore une majorité de pros ne peuvent accéder directement à Internet sur leur lieu de travail.



Un contenu novateur et une proximité régionale

- ▶ **Un journal de proximité**
*avec 4 pages d'édition d'informations régionales
(28 journalistes professionnels basés au cœur même des régions).*
- ▶ **Un journal généraliste et multi-spécialiste**
*qui colle en permanence aux attentes et aux préoccupations des pros
et qui concentre l'info pour tous ceux qui n'ont pas le temps de s'informer.*
- ▶ **Un journal sans bla-bla**
 - Informations classées par métier.
 - 8 à 10 sujets par page.



AUTO GRATUIT PROS

LE MENSUEL
GRATUIT VRAIMENT

PRO

Au cœur d'une double cible

« 2 en 1 » : message
auprès de deux cibles
simultanément.

MRA
Carrossiers
Forces de vente
Spécialistes
(Electriciens - diésélistes)

Grossistes
Centrales d'achats
Réseaux constructeurs

Industriels
Équipementiers
Constructeurs



2008

Mise en distribution
87507 exemplaires

Une communication optimisée sur un marché en "tenaille" !

Constat

Lectorat

Distribution

Tarifs

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

Une visibilité maximale !

► Mise en distribution mensuelle moyenne :
87 507 exemplaires OJD*

Comment ?

- Mise en place de présentoirs sur les lieux de passage des pros.
- Utilisation des flux logistiques et commerciaux de nos partenaires afin d'être présents sur tous les sites fréquentés par les pros.

Où ?

- Plus de 3 100 présentoirs de comptoirs implantés dans toute la France
- Présence sur les salons nationaux et régionaux...

*Plus de détails sur www.ojd.com



Constat

Lectorat

Distribution

Tarifs

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail : contact@autopros.fr
Site : www.autopros.fr

3 100 points de distribution sur les lieux de passage des professionnels de l'Auto

Consultation et réactualisation
en temps réel de la liste
des distributeurs.

Où trouver le journal Auto Gratuit Pros ?
Pour trouver les points de diffusion les plus proches de chez vous, veuillez utiliser le formulaire ci-dessous.

Trouvez le journal près de chez vous

Le Marché de l'Automobile des Pros du Vieux France

SERVICES

MÉCANIQUE
CARROSSERIE
SPECIALISTE
REPARATION RAPIDE
DISTRIBUTEURS VEH
DISTRIBUTEURS VOIES

100 réponses classées par proximité du code postal sélectionné :




TEULAT
31 040 PONT DE L'ÉGLISE
MONTREAL 3025 BUIS TRÉBET



Pour connaître **la liste des distributeurs par département** de Auto Gratuit Pros, cliquez sur :

www.autopros.fr

État des lieux de la presse professionnelle automobile

Titres	Certifié OJD	Nbre d'ex. payés	Nbre d'ex. gratuits	Total	Coût contact (pour 1 PQ standard)	Coût au 1000 (pour 1 PQ standard)
AUTO GRATUIT PROS		-	87507**	87507**	0.13€**	139.00€**
APRÈS-VENTE AUTOMOBILE		329**	22627**	22956**	0.34 €**	346.00 €**
DÉCISION ATELIER	Non	4 000*	4 000*	8 000*	1.05 €*	1056.25 €*
AUTO INFOS	Non	3 000*	3 000*	6 000*	1.13 €*	1133.33 €*
J2R	Non	1 000*	5 000*	6000*	0.86 €*	865.00 €*
JOURNAL DE L'AUTOMOBILE		4 034**	994**	5 028**	1.03€**	1032.21€**

*Devant l'absence de transparence et de contrôle des quantités diffusées par un organisme reconnu, ces chiffres sont des estimations données à titre indicatif. Ils sont susceptibles d'évoluer en fonction des preuves apportées par les éditeurs. **Source OJD (PV/DSH 2009) au 13/09/2010. www.ojd.com

Auto Gratuit Pros est le **seul** mass media professionnel **gratuit** présent sur les lieux de passage des professionnels. À ce titre, nous ne pouvons comparer notre distribution à celle des autres titres existants.

Constat

Lectorat

Distribution

Tarifs

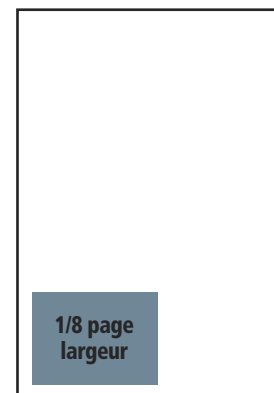
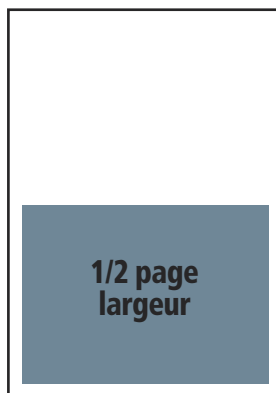


2009

Mise en distribution
87507 exemplaires

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

Formats et tarifs régionaux 2011



Modules	Hauteur mm	Largeur mm	Prix HT
Pleine page région	385	255	4593 €
1/2 p. hauteur région	356	125	3031 €
1/2 p. largeur région	175	255	3031 €
1/4 p. bandeau région	85	255	1520 €
1/4 p. hauteur région	174	125	1520 €
1/8 p. largeur région	83	125	799 €

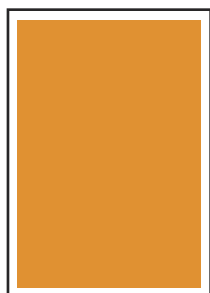
Remises multiparutions			
Parutions x Editions	3 à 5	6 à 9	10
Dégressifs modules	7%	10%	13%

Remises volumes				
CA net HT	1 677 €	4 190 €	8 380 €	16 769 €
	à	à	à	à
	4 189 €	8 379 €	16 768 €	33 537 €
Dégressifs	5%	7%	8%	10%

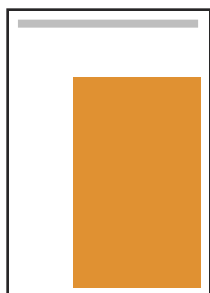


Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

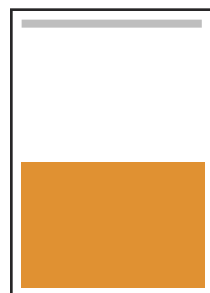
Formats et tarifs nationaux 2011



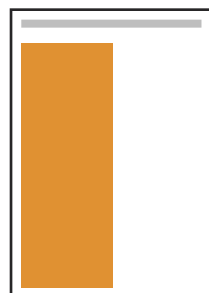
Pleine page
336 H x 230 L
12 530 € HT



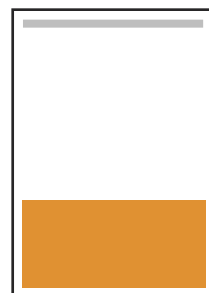
News
242 H x 152 L
9 237 € HT



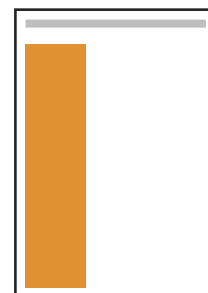
1/2 page Largeur
159 H x 230 L
6 855 € HT



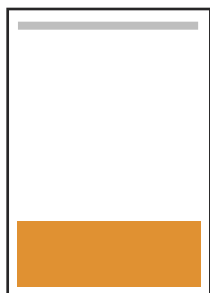
1/2 page hauteur
323 H x 113 L
6 855 € HT



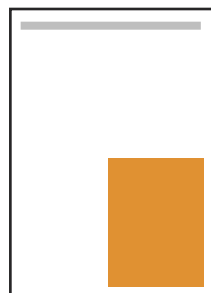
1/3 page Largeur
105 H x 230 L
6 062 € HT



1/3 page hauteur
323 H x 74 L
6 062 € HT



1/4 page Largeur
77 H x 230 L
4 519 € HT



1/4 page hauteur
159 H x 113 L
4 519 € HT



Double page
336 H x 486 L
23 729 € HT



Double News
242 H x 329 L
16 477 € HT



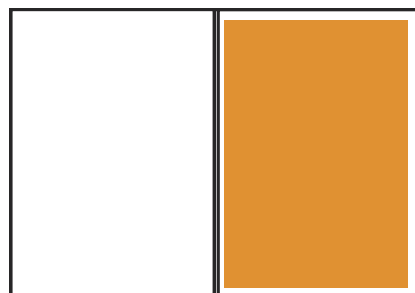
Mise en distribution
87 507 exemplaires

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

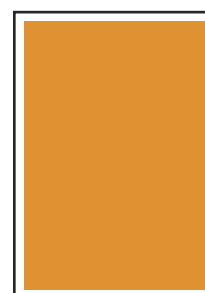
Emplacements préférentiels



2^e de couverture
336 H x 230 L
16 477€ HT



3^e de couverture
336 H x 230 L
14 500 € HT



4^e de couverture
336 H x 230 L
19 113 € HT



Sur-couverture + 2^e de sur-couverture
40 117 € HT



Double d'ouverture
336 H x 486 L
29 000 € HT

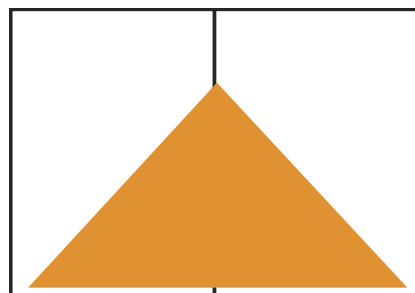


Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail: contact@autopros.fr
Site: www.autopros.fr

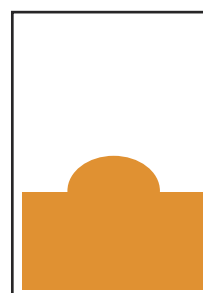
Nouveaux formats



Double demi-largeur
14 214 € HT



Pyramide
9476 € HT



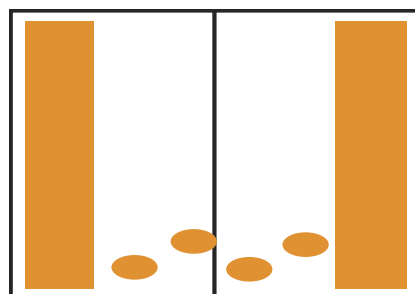
Demi Flex Form
largeur
7313 € HT



Demi Flex Form
hauteur
7313 € HT



Pleine page Flex Form
15656 € HT



Cadenas
14 214 € HT

SALON PERMANENT

1/8 page
largeur

1/8 National
7 200 € HT
annuel 10 parutions

1/8 Régional
1900 € HT
annuel 10 parutions



Politique tarifaire et renseignements complémentaires

Renseignements complémentaires sur le titre :

- 10 parutions par an (couplage décembre/janvier et juillet/août).
- Parution début de chaque mois.
- Remise des ordres 1 mois avant impression.
- Remise des éléments le 15 du mois précédent.
- Puli-reportage réalisé par studio extérieur, facturation directe.

POLITIQUE TARIFAIRE AUTO GRATUIT PROS

Nous récompensons votre fidélité :

- 2 à 3 parutions - **5 %**
- 4 à 5 parutions - **10 %**
- 6 à 7 parutions - **15 %**
- 8 à 9 parutions - **20 %**
- 10 parutions et + - **30 %**

- 80 % du budget annuel investi chez AGP - **8 %**
- Remise professionnelle pour les ordres transmis par mandataire - **15 %**
- Emplacement préférentiel (voir grille tarifaire) + **7 %**
- Numéros spéciaux : **pas de majoration**



Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail : contact@autopros.fr
Site : www.autopros.fr

Vos contacts

Directeur
de la publication

Philippe Paulic
06 62 73 06 02
p.paulic@autopros.fr

Directeur
du pôle Automobile

Sébastien Laderach
06 69 59 17 07
s.laderach@autopros.fr

Chef
de publicité

Delphine Rey-Millet
06 99 43 19 66
d.rey-millet@autopros.fr

Chef
de publicité

Nicolas Petit
06 66 64 61 03
n.petit@autopros.fr

Directeur des rédactions

Bertrand Tarisien
06 11 67 48 37
b.tarisien@autopros.fr

Rédactrice en chef

Caroline Ridet
06 60 76 84 55
c.ridet@autopros.fr



**GRATUIT
PROS**

Auto Gratuit Pros
Tél. : 01 49 98 58 49
Mail : contact@autopros.fr
Site : www.autopros.fr

Contacts

GRAND PRIX DES RESEAUX

Le temps des moissons pour Gauf

Tout d'abord, les récompenses. Ce fut une récolte abondante pour Group Auto Union France lors de la soirée des **Grands Prix des Réseaux 2009** (organisés pour la 5^e année consécutive par ETAI). À tel point que son président Jean-Jacques Lafont a indiqué, après un ultime passage sur scène, qu'il « *admirait littéralement cette soirée* » (sic). Top Garage a en effet raté 7 premiers prix (l'Excellence, la performance, la formation, la communication, l'informatique et enfin l'animation réseau). Et pour clore le tout, Serge Boillot, le directeur des réseaux VL, s'est vu attribuer le prix de la Personnalité de l'Année. Cette année, le réseau 1,2,3///AutoService (Doyen) monte en puissance avec le prix de la logistique et celui de la politique commerciale. Club Auto Conseil (Flauraud) a obtenu le GP de la Performance pour les réseaux de moins de 250 adhérents, et le prix spécial



Serge Boillot, directeur des réseaux VL de GAUF (ici à droite, avec deux de ses collaborateurs) s'est vu attribuer le prix de la Personnalité de l'Année.

d'Enseigne de l'année. Eurorepar et Motrio sont arrivés *ex-aequo* et ont remporté le GP de la Performance pour les réseaux d'origine constructeur. Bosch Car Service ne gagne que le 2^e prix de la formation et le 3^e prix de l'information technique. Après

les récompenses, le bilan. L'attribution de ces prix se base sur volumes couramment collectés. Éric Fabiev a même demandé à être reçu auprès de la direction de la Prévention des pollutions et des risques: « *L'Etat doit prendre des mesures sévères pour*

tous ceux qui ne respectent pas les règles. Et pourquoi pas créer une taxe sur les activités de déchets polluants pour les non déclarants? Elle pourrait être à hauteur de 10 fois la valeur de l'éco-

contribution par pneumatique, ce qui peut atteindre des sommes assez persuasives pour les réfractaires ». L'enquête annuelle de la TNS Sofres, qui mesure la satisfaction des garagistes (975 interviews), appartenant à 14 réseaux français. Et cette année, un sentiment commun demeure au sein des ateliers: une insatisfaction générale générée, en partie, à la crise de la crise. Paradoxe ambigu: si les attentes sont de plus en plus exigeantes en ces temps de crise, notamment sur l'animation cation et la politique, faire partie d'un réseau.

STRATEGIE

Facom fait Salon à part

Un **Salon virtuel éphémère, voilà ce que propose Facom**. Pas d'Equip Auto cette année pour l'équipementier qui préfère mettre son budget communication dans un projet nouveau et techno. Le site www.e-facom.com est en ligne depuis le 22 septembre, et seulement pendant un mois. Il a été configuré comme un stand réel: une hôtesse vous accueille, un technicien vous fait les démonstrations des nouveaux produits, des animations sont prévues, des cadeaux sont à gagner... Le réparateur internaute curieux de connaître les dernières nouveautés de l'équipementier peut donc le faire depuis son salon. Il découvre ainsi les nouveaux char-

geurs de batterie, les nouvelles machines cordless, les coffrets d'outils... Il peut poser ses questions via un espace de dialogue dédié (un technicien lui répond immédiatement) et s'il est intéressé, il peut même pré-commander en ligne. Pré-commander seulement, car e-facom.com n'est pas un site marchand. Sa commande est retransmise au-

tomatiquement au distributeur de son choix.



COLLECTE DES PNEUMATIQUES USAGES

Au secours, il pleut des pneus !



Éric Fabiev, DG d'Aliapur, durcit les règles de collecte.



La facture est salée pour Aliapur: l'excédent de collecte lui coûte 2 millions d'euros de plus cette année.

Les ventes de pneumatiques neufs baissent, la collecte des pneus usagés monte ! Cherchez l'erreur... Aliapur a collecté un million de pneus en trop sur les 8 mois écoulés!

Et d'ici la fin de l'année, cela pourrait bien grimper jusqu'à 2 millions. Plusieurs causes: ceux qui importent des pneus et ne les déclarent pas (d'un coup, ils ne payent pas l'éco-contribution obligatoire par décret pour chaque enveloppe de 1,50 € HT par pneu), ce serait 10 000 tonnes non déclarées par an; ceux qui achètent sur Internet (5 000 tonnes estimées par an). Les sièges sociaux de ces sites sont bien souvent à l'étranger (Suisse et Allemagne notamment). Ils ne sont donc pas soumis au dé-

cret français et ne payent pas non plus l'éco-contribution. Sans oublier ceux qui minorent leurs volumes dans leurs déclarations annuelles d'achat (entre 3 et 5 000 tonnes par an), puis les pneumatiques qui viennent de l'ensilage agricole et enfin ceux issus des véhicules hors d'usage (VHU). Éric Fabiev, le directeur général d'Aliapur, a donc durci les règles de ramassage: plus de collecte pour les garages et centres auto qui trient leurs pneus usagés pour les vendre directement sur le marché de l'occasion au lieu de leur remettre la totalité de la démonte; plus de collecte non plus pour ceux qui montent des pneus achetés via Internet, ainsi que pour ceux dont les volumes à ramasser sont en net décalage aux volumes couramment collectés. Éric Fabiev a réagi fortement à la vue de tous ces pneus dans le ciel.



AUTOMOBILES PEUGEOT
Promos sur les pièces de rechange

Automobiles Peugeot annonce une série de promotions sur ses pièces de rechange, à destination des réparateurs. Une première save a été lancée jusqu'au 30 septembre pour les pièces Eurorepar, avec en parallèle, une opération points cadeaux sur le site www.noel-en-ete.fr. La saison 2 court jusqu'au 31 octobre pour les pièces d'origine Peugeot: -25% sur les kits de distribution, -25% sur les pompes à eau, -20% sur les courroies d'accessoires, et -20% sur le liquide de refroidissement.

OLYMPIADES
2 diplômes pour les métiers de l'auto



Ils étaient 3 jeunes pros de l'auto de moins de 23 ans à défendre les couleurs de la France à Calgary au Canada lors des finales internationales des Olympiades des Métiers... et deux d'entre eux ont obtenu un diplôme d'honneur (en gros, ils sont passés tout près du podium): Romain Loll en technologie automobile et Cyril Scrotrino en peinture. Pour rappel, les Olympiades des Métiers sont un concours professionnel international calqué sur les Jeux Olympiques.

COMMERCE

Un site pour doper les visites en atelier



Michel Grihanne a concocté un plan média 100% toile pour le lancement de son support.

Michel Grihanne a passé 7 années sur le terrain de l'après-vente, comme responsable régional chez Citroën. Il connaît donc bien ce « milieu assez délaissé, voire dénigré » selon lui, et ses besoins. Il a constaté que « beaucoup de réparateurs ont du mal à communiquer localement ». C'est pour eux, qu'ils soient indépendants ou en réseau, qu'il a lancé début juillet le portail www.revisersavoiture.com. L'internaute y recherche les promotions dans les ateliers par critère (vidange, pneus, clim...) sur une zone géographique choisie. S'il trouve son bonheur, il imprime un coupon nominatif et se rend chez son -peut-être nouveau- réparateur préféré. « C'est un modèle économique inhabituel pour le secteur. Je leur propose d'utiliser la puissance d'un média mondial pour commu-

iquer localement », résume le jeune créateur, titulaire d'un DESS en distribution et marketing. Le pro génère lui-même ses coupons dans son back office. Il peut en option afficher un lien vers l'ensemble de ses offres et vers son site Internet. Les tarifs vont de 150 € TTC/an pour une annonce à 680 € pour un pack de dix offres. Le site s'est lancé avec deux partenaires nationaux bien connus de Michel Grihanne, Citroën et Eurorepar. Des « contacts avec les plus grands réseaux » devraient vite se concrétiser. L'inventeur de revisersavoiture.com espère convaincre un minimum de 1 000 garages en un an. « Mon produit est dans l'air du temps. Il répond aux problématiques des pros comme à celle des consommateurs, qui attendent un geste, surtout en temps de crise. »

RECYCLAGE

Caréco surfe sur la vague verte

« Mettez une pièce verte dans votre voiture. » Une communication hyp et Olivier de Kersauson en ambassadeur choc: Caréco passe à l'attaque de la nouvelle conscience économico-écologiste des automobilistes. L'idée est simple: en

communiquant auprès du grand public, le leader de la pièce d'occasion* espère ouvrir grand la porte entrecroisée par la nouvelle procédure sur les véhicules gravement endommagés (VGE) intégrant le fait que le coût des réparations peut désormais être estimé sur la base du prix des pièces de réemploi... Mais reste à convaincre les experts en assurances! La pression des particuliers pourrait contribuer à lever les derniers.



www.prevost.eu

CONTROLE TECHNIQUE

Autovision recrute sur Equip Auto



Double activité pour Autovision. Non content d'être spécialiste de la réparation des véhicules, le groupe a aussi lancé une activité de contrôle technique. Autovision recrute actuellement des techniciens expérimentés pour ses centres de contrôle technique. Les candidats doivent posséder un diplôme de technicien de contrôle technique ou un diplôme équivalent. Les candidats intéressés doivent envoyer leur CV et leur lettre de motivation à : Autovision, 10 rue de la République, 92000 Nanterre.

Autovision recrute actuellement des techniciens expérimentés pour ses centres de contrôle technique. Les candidats doivent posséder un diplôme de technicien de contrôle technique ou un diplôme équivalent. Les candidats intéressés doivent envoyer leur CV et leur lettre de motivation à : Autovision, 10 rue de la République, 92000 Nanterre.

VITE!

Partiège spécialiste de véhicules

Partiège est un spécialiste de la réparation des véhicules. Le groupe recrute actuellement des techniciens expérimentés pour ses centres de réparation.



Partiège est un spécialiste de la réparation des véhicules. Le groupe recrute actuellement des techniciens expérimentés pour ses centres de réparation.

LAVAGE

American Car Wash ouvre son 23^e centre

American Car Wash, toujours 100% française, vient d'ouvrir son 23^e centre à Paris, à côté de la gare de la Gare d'Orléans.

100% française, toujours 100% française, vient d'ouvrir son 23^e centre à Paris, à côté de la gare de la Gare d'Orléans.

100% française, toujours 100% française, vient d'ouvrir son 23^e centre à Paris, à côté de la gare de la Gare d'Orléans.

100% française, toujours 100% française, vient d'ouvrir son 23^e centre à Paris, à côté de la gare de la Gare d'Orléans.

CONCURRENCE

Feu Vert : campagne comparative sur les pneumatiques

Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques. Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques.



Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques. Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques.

Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques. Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques.

Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques. Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques.

Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques. Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques.

Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques. Le groupe Feu Vert lance une campagne comparative sur les pneumatiques.

VITE!

Deux nouvelles lignes

Deux nouvelles lignes de produits ont été lancées par le groupe Feu Vert.

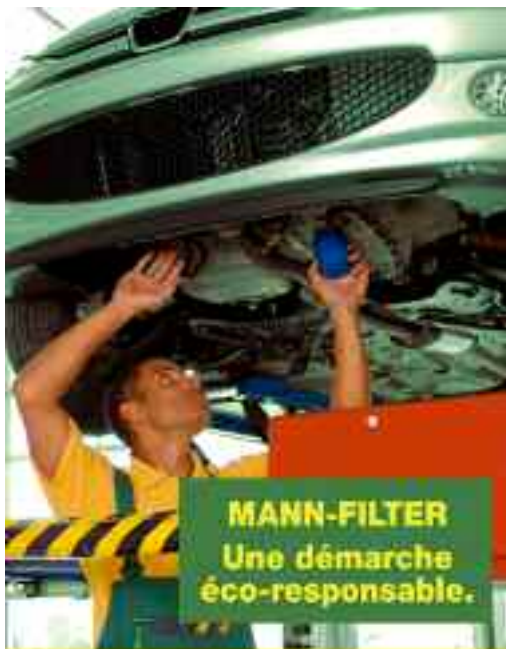


Deux nouvelles lignes de produits ont été lancées par le groupe Feu Vert.

Deux nouvelles lignes de produits ont été lancées par le groupe Feu Vert.

Quel que soit votre talent, **AD** vous propose les clés du succès.

AutoDistribution
Les clés de la réussite sont à votre portée !



MANN-FILTER
Une démarche
éco-responsable.

CONJONCTURE

Baromètre du CNPA: optimisme malgré tout



Les clients bouddent les expos VO, et pourtant les pros veulent croire à la reprise.

Le marché de la seconde main est en mauvaise posture avec « des stocks vieillissants, mal constitués, avec une très mauvaise rotation de certains modèles », mais ça devrait s'arranger! C'est le constat fait par le CNPA dans le cadre de son premier baromètre éco des pros de l'auto. Les ventes ont reculé de 10% au

2^e trimestre et les immats de 11%. Reste, que sur cette période, les concessionnaires semblent retrouver une pointe d'optimisme concernant leurs marges. S'ils sont 58% à estimer qu'elle est en baisse, ils étaient 69% au 1^{er} trimestre. De même, ils sont 17% à annoncer une hausse contre 6% sur les trois premiers mois de l'année. Pas

de quoi sortir les flonflons, mais tout de même, les distributeurs semblent y croire. Du coup, pour le 3^e trimestre, ils sont 18% à espérer une hausse des ventes, 45% à envisager la stabilité. Reste tout de même un gros tiers pour craindre que la dégringolade ne se poursuive, alors qu'ils étaient la moitié au 1^{er} trimestre. ■

CONCENTRATION

MAIF/Macif/Matmut: le mariage de raison

Chasse à la taille critique et aux économies d'échelle chez les assureurs mutualistes. Après le rapprochement GMF/MAAF/MMA sous la bannière de Covea, c'est au tour du trio MAIF/Macif/Matmut d'annoncer leur fusion prochaine au sein d'une société commune qui devrait être opérationnelle en fin d'année. Ce nouveau pool représentera environ 10 millions de sociétés et 9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit un périmètre sensiblement équivalent à celui de

Covéa. Inutile de dire que cette nouvelle concentration inquiète les carrossiers, voire les distributeurs spécialisés qui s'interrogent d'une part sur la politique d'agrément du nouveau groupe (agrément par entreprise ou agréments en bloc par réseau), mais aussi sur le positionnement qui sera le sien en matière d'achat de pièces de rechange ou de consommables. Seule certitude: rien ne sera plus comme avant même s'il semble que l'organisation du nouveau groupe sera fédérale et respectera les marques et la gouvernance de chaque entité. ■

MARCHÉ

Repli toujours...

Le regain de juin (+1,8%) a été absorbé par un nouveau repli des immats VO en juillet (-2%). Résultat, sur 7 mois, le marché affiche un -6,5% peu encourageant. À noter que seul le haut de gamme sort son épingle du jeu avec des scores positifs pour Audi, BMW, Mini et Mercedes. Les « moins d'un an » poursuivent leur dégringolade fulgurante (-19%) emmenant dans leur chute toutes les marques sauf... Dacia qui affiche un pimpant +43,6%, dû à la fraîcheur de son entrée sur le marché. Le segment des « 1 à moins de 5 ans », sauvé par un mois.



CITROËN

La révolution!



Le nouveau label Citroën Select et une organisation centralisée doivent permettre aux distributeurs aux Chevrans d'augmenter leur ratio VN/VO.

Les irrédutibles Gaulois ont cédé. Quinze ans après les autres constructeurs, Citroën vient (enfin) de créer une direction VO digne de ce nom pour booster le business occasion du réseau. Dirigée par Pascal Soland, la nouvelle organisation fixerait des objectifs et chapeauterait, selon L'Argus, les nouveaux outils, les méthodes

de commercialisation, le marketing, le benchmarking entre pays et les flux via une place de marché internationale pour les VO de la marque. Cette vraie révolution dans le paysage des Chevrans accompagne la fin du mytique label « Euro-casual », mis au rebut après 34 ans de règne. Baptisé « Citroën Select » le nouveau programme s'appuie sur une

offre renforcée de prestations *new age*: financement, leasing (grosse nouveauté inspirée de BMW), contrats de garantie, d'entretien ou de maintenance, offre « satisfait ou remboursé »... et une extension de garantie sur les véhicules jusqu'à 7 ans. Reste à savoir si cette nouvelle approche remportera le succès qu'elle mérite dans le réseau. ■

VITE!

LABEL

Mini: the Next one

Mini Next, le label Mini déjà en place dans certains pays européens, devrait avoir sa version française d'ici la fin de l'année. La promesse client sera de même niveau que celle de BMW Premium revue à la sauce Mini et programme adapté aux volumes...

COMMERCE

Hyundai labellise doucement

Un an après le lancement, le label Hyundai Occasion rassemble une quarantaine de sites pour un objectif de 60 en fin d'année. 1.466 VO ont été vendus sous le label en 2008, soit 6% des véhicules commercialisés par le réseau. Crise oblige, le développement commercialisé par le réseau. Crise oblige, le développement a donc été plus lent que prévu, mais la machine semble repartir, affirme-t-on, optimiste.

INTERNET

Manheim joue les enchères virtuelles



En complément de son dispositif de ventes par soumission, Alexandre Sabet d'Acre (DG de Manheim France) espère gonfler son business par de vraies enchères électroniques.

Des ventes aux enchères virtuelles organisées simultanément dans plusieurs pays d'Europe: c'est le nouveau service baptisé Simulcast lancé par Manheim France en ce mois de rentrée. Manheim organisait jusqu'ici ses ventes par soumission (l'acheteur fait une offre et sait en fin de vente s'il a remporté la mise) via le site Cyberstock

+. L'an passé, 6 200 VO ont été vendus par ce canal. Donc pas question de supprimer ce mode d'achat, mais de la compléter par une formule « plus transparente », estime



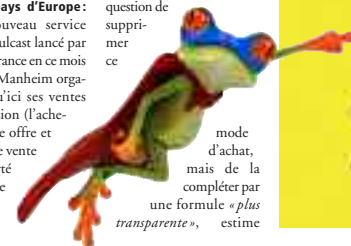
31 504 914 voitures,
4 915 200 VUL - VU,
412 200 poids lourds,
24 501 professionnels motivés,
1 marque de filtre.



Retrouvez nous
Hall 5 Allée R
Stand 53

MANN FILTER

MANN-FILTER - Perfect parts. Perfect service.



**Strong in support,
big on range***



RESEAU CLIM

Le Groupe Thérét lance Climtonic

Fait partie des réseaux de Groupe Thérét.

Climtonic, pour les réparateurs intervenant en climatisation, est le nouveau produit phare du Groupe Thérét.

Il s'agit d'un produit innovant qui permet de réaliser des réparations climatisation de manière plus simple et plus sûre. Climtonic est un produit qui permet de réaliser des réparations climatisation de manière plus simple et plus sûre.

Le produit Climtonic est un produit innovant qui permet de réaliser des réparations climatisation de manière plus simple et plus sûre. Il est composé de plusieurs pièces qui permettent de réaliser des réparations climatisation de manière plus simple et plus sûre.

RESEAU LIGHT

Multimark Service s'annonce

Multimark Service est un réseau de réparateurs qui intervient dans le domaine de la climatisation. Le réseau est composé de plusieurs ateliers qui permettent de réaliser des réparations climatisation de manière plus simple et plus sûre.

Le réseau Multimark Service est un réseau de réparateurs qui intervient dans le domaine de la climatisation. Il est composé de plusieurs ateliers qui permettent de réaliser des réparations climatisation de manière plus simple et plus sûre.

Le réseau Multimark Service est un réseau de réparateurs qui intervient dans le domaine de la climatisation. Il est composé de plusieurs ateliers qui permettent de réaliser des réparations climatisation de manière plus simple et plus sûre.



Évitez tout risque de surchauffe de votre moteur! Installez les thermostats de qualité Premium Gates

Les thermostats Gates Premium sont conçus pour garantir la sécurité et la performance de votre moteur. Ils sont fabriqués à partir de matériaux de haute qualité et sont conçus pour résister à des températures élevées. Ils sont également conçus pour être faciles à installer et à remplacer.

Ne faites pas de compromis sur la qualité des produits. Demandez les Gates.



www.gates.com | www.gatesfrance.com | www.gates.com

Liquides de refroidissement



Votre département figure-t-il dans le Top 25 du traitement des déchets de garage ? Pour le savoir, rien de plus simple. Chaque mois, Auto Grand Prévois dit tout sur un état particulier : le rang collectif et pourcentage des participants à la collecte, l'évolution de la filière et petits conseils pratiques.

MARCHÉ

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

COLLECTE

En 2007, plus de 100 000 litres de liquide de refroidissement ont été collectés. Ce chiffre est en constante augmentation, ce qui reflète la prise de conscience croissante des professionnels de l'importance de la gestion des déchets.

Les professionnels sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

En 2007, plus de 100 000 litres de liquide de refroidissement ont été collectés. Ce chiffre est en constante augmentation, ce qui reflète la prise de conscience croissante des professionnels de l'importance de la gestion des déchets.

Les professionnels sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

En 2007, plus de 100 000 litres de liquide de refroidissement ont été collectés. Ce chiffre est en constante augmentation, ce qui reflète la prise de conscience croissante des professionnels de l'importance de la gestion des déchets.

Les professionnels sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

Le marché des liquides de refroidissement est en croissance constante. Les professionnels du secteur sont encouragés à utiliser des produits de qualité pour garantir la performance et la durabilité de leur système de refroidissement.

QUANTITE GLOBALE COLLECTÉE (ML)

1	Paris	1 000 000
2	Paris-Montreuil	800 000
3	Paris	700 000
4	Paris-Montreuil	600 000
5	Paris-Montreuil	500 000
6	Paris-Montreuil	400 000
7	Paris-Montreuil	300 000
8	Paris-Montreuil	200 000
9	Paris-Montreuil	100 000
10	Paris-Montreuil	100 000
11	Paris-Montreuil	100 000
12	Paris-Montreuil	100 000
13	Paris-Montreuil	100 000
14	Paris-Montreuil	100 000
15	Paris-Montreuil	100 000
16	Paris-Montreuil	100 000
17	Paris-Montreuil	100 000
18	Paris-Montreuil	100 000
19	Paris-Montreuil	100 000
20	Paris-Montreuil	100 000
21	Paris-Montreuil	100 000
22	Paris-Montreuil	100 000
23	Paris-Montreuil	100 000
24	Paris-Montreuil	100 000
25	Paris-Montreuil	100 000
TOTAL		10 000 000

% DE GARAGES TRAVAILANT LES DÉCHETS

1	Paris	95%
2	Paris-Montreuil	90%
3	Paris	85%
4	Paris-Montreuil	80%
5	Paris-Montreuil	75%
6	Paris-Montreuil	70%
7	Paris-Montreuil	65%
8	Paris-Montreuil	60%
9	Paris-Montreuil	55%
10	Paris-Montreuil	50%
11	Paris-Montreuil	45%
12	Paris-Montreuil	40%
13	Paris-Montreuil	35%
14	Paris-Montreuil	30%
15	Paris-Montreuil	25%
16	Paris-Montreuil	20%
17	Paris-Montreuil	15%
18	Paris-Montreuil	10%
19	Paris-Montreuil	5%
20	Paris-Montreuil	0%
21	Paris-Montreuil	0%
22	Paris-Montreuil	0%
23	Paris-Montreuil	0%
24	Paris-Montreuil	0%
25	Paris-Montreuil	0%
TOTAL		50%




**15500 MRA
et 8600 agents**

Le nombre de MRA et d'agents est en hausse. Selon les estimations du CNPA, au 31 décembre 2008, il y avait 15 500 indépendants et 8 600 agents et réparateurs.



ARTISANS Congrès: l'agent comptant ?

Comment améliorer sa compétitivité ? L'agent est-il suffisamment dynamique dans son atelier et sa zone de chalandise ? Comment doit-il réagir face à la percée de la vente PR en ligne, le retour du *do it, la* baisse de la fréquentation des ateliers... ? Au cœur d'une crise économique sans précédent, les questions se bousculent au sein d'une profession en pleine mutation. « *Maîtriser ses coûts fixes et variables, avoir une vraie politique commerciale,* » répondent aux



Francis Davoust, président branche Agents et Indépendants.

nouvelles normes, assurer sa transmission... autant de sujets de fond abordés pendant les deux jours», indique Francis Davoust, le président de la branche Agents et Indépendants du CNPA. Ce dernier a du pain sur la planche. La TVA, la climatisation, l'environnement, la gestion des déchets... sont également à l'ordre du jour. « *Les petites entreprises ont des paris de marché à prendre, reprend-il. Notamment dans l'entretien et la réparation des VUL et des flottes. Il faut qu'elles aillent chercher ces clients potentiels qui pour l'instant restent dans le réseau primaire. En terme de formation, de reconversion... On voit bien la mutation du secteur.* » Non, l'indépendant n'est pas mort!



REGLEMENTATION Clim': gare au mélange des genres



L'attestation d'aptitude pour les techniciens en climatisation doit être obtenue avant le 4 juillet pour les débutants, et jusqu'au 4 juillet 2011 pour les techniciens expérimentés. La formation et les tests d'aptitude doivent être assurés par deux personnes bien distinctes sous peine d'invalidation du diplôme (*lire notre édition N°37*). La situation aurait déjà créé des pratiques hors la loi, avec un formateur et un certificateur unique, histoire d'aller plus vite.

HONEYWELL/FACOM Présentation commune

Honeywell et Facom présentent leurs marques respectives auprès des réparateurs au cours de soirées d'information chez les distributeurs régionaux. Devant le succès de ces rencontres débütées il y a un an, une vingtaine est prévue cette année (au lieu de 12 au départ). Près de 600 réparateurs auront pu y assister.

LABEL

AD relance son label pneumatique



de l'atelier, mais surtout gonfle son panel d'aide à la vente. « *En septembre, il y aura de plus en plus d'offres promotionnelles et nous allons multiplier les opérations spécifiques pour booster le commerce* », assure Stéphane Hayes, le responsable du label

Autodistribution relance son label « Spécialiste Pneus et Services » initié en 2006, mais qui depuis, jouait la belle endormie. Cet outil, destiné à tous les clients des distributeurs AD, donne accès à des conditions privilégiées d'achat de pneumatiques, accompagnées d'un programme marketing. La version 2009 booste la PIV

qui espère dépasser les 230 adhérents actuels pour revenir au moins aux 400 enregistrés en 2007. Bon nombre d'entre eux avaient jeté l'éponge faute d'animation. Conditions d'accès : adhérer au portail Aurossimo, s'engager sur un objectif annuel d'achat de pneus défini avec le distributeur et exposer au minimum 10 pneus. ■

PEINTURE

L'AD s'engage avec la Macif

Les distributeurs AD vont accorder des tarifs taillés sur mesure pour les réparateurs agréés Macif. C'est le terme d'un nouvel accord

passé entre Autodistribution et la mutuelle dans le cadre du programme d'optimisation du poste peinture développé par l'enseigne (le Popp). Objectif: augmenter la productivité peinture en atelier. Pour cela, 3 étapes clés ont été déterminées par AD: un diagnostic de la performance et un programme d'amélioration du réparateur. « Il ne s'agit pas de se contenter de faire bénéficier nos garages agréés d'une



« C'est la reconnaissance de la pertinence de notre démarche », selon André Courtois.

simple ristourne sur les achats, mais d'apporter une véritable savoir-faire, une expertise devant permettre de mieux maî-

triser les coûts sur le poste peinture. Il préserve une large liberté de choix, pour le garage agréé puisque pas moins de 7 marques de peinture sont proposées », indique-t-on à la Macif. Ce nouvel accord concerne pour l'heure exclusivement la région Rhône-Alpes (soit 10 départements). Reste à savoir s'il s'agit d'une région test, avant un déploiement national, ou bien d'un « coup » de la Macif Région. André Courtois, le patron de la Carrosserie chez AD promet d'en dire plus sur le déploiement de l'accord sur Equip Auto. ■

VITE!

FORMATION

Glasurit prépare l'avenir



Le fabricant de peinture investit 3,5 M€ dans son nouveau centre de formation high-tech implanté en Allemagne. Ce site pilote doit former près de 8 000 personnes par an: clients, techniciens et formateurs Glasurit venant de tout le globe.

DIVERSIFICATION

« La réparation-collision touche à sa fin »



« La carrosserie est un métier en fin de vie. Il est vital aujourd'hui de se diversifier », expliquent François Muller (à gauche) et son fils, à la tête de Paint Box.

DEBOSSELAGE

Nouveauté en France : une plate-forme mobile de déboselage de véhicules grêlés vient de voir le jour. En partenariat avec la société albigeoise, KHS Grêle Management, Covéa s'offre un concept inédit de prise en charge totale des sinistres « grêle ». Son but: la réparation rapide des dégâts causés par la grêle – l'immobilisation du véhicule est ramenée de 5 à 1 jour – avec en ligne de mire la réduction des coûts. Covéa annonce une diminution de 25 % de la facture. Ce dispositif « tout-en-un » a été lancé à

Toulouse pour répondre à l'avalanche de véhicules endommagés après les orages de grêle du mois de mai. Selon Covéa, par AD: un diagnostic du poste peinture, une mesure le système a permis d'expertiser 4 000 véhicules sur les 15 000 endommagés enregistrés par les 3 mutuelles, soit une capacité de 120 véhicules par jour. Près de 1 500 ont

été albigeoise, entreprise familiale installée dans l'agglomération de mai. Selon Covéa, par AD: un diagnostic du poste peinture, une système a permis grêlée dans l'agglomération nancéenne. L'agglomération de mai l'agglomération nancéenne. ■

« C'est la fin d'une époque pour la réparation-collision: il est vital pour les pros de se diversifier. » C'est un carrossier qui le dit! François Muller a donc ajouté deux nouvelles cordes à l'arc de l'entreprise familiale installée dans l'agglomération nancéenne. L'an passé, il s'est attaqué à la peinture sur tout support: de la caisse de d'une guitare électrique en passant par le

design de réservoirs de motos ou de portes fabriquées par des industriels. Tout y

tembre dernier avec le lancement de « Bossa Nova by Muller », le premier centre lorrain de déboselage. « Cette fois, nous nous intéressons à la carrosserie low cost avec le déboselage sans peinture. Là encore, j'espère passer de une à trois personnes dans les 3 ans », indique-t-il. ■



Expert en réseaux de compétences