

04 AUTO 88^e ANNÉE 2015 INSIDE

Organe officiel de l'Union professionnelle suisse de l'automobile

- > **Comment les garagistes peuvent profiter du Salon de l'Auto de Genève**
Pages 12-13
- > **Visite dans le royaume des garagistes**
Pages 15-24
- > **Le CEA a déjà permis d'économiser 10 000 tonnes de CO₂**
Pages 30-32

TPMS – TOUT D'UN SEUL FOURNISSEUR

Capteur EZ-Sensor • Appareil de programmation et de diagnostic iQ50 •
Jeu d'outillage spécial • Formation online
www.wuerth-ag.ch/tpms

 **WÜRTH**



Würth AG
4144 Arlesheim
T 061 705 91 11
info@wuerth-ag.ch
www.wuerth-ag.ch

Vidéo: TPMS de Würth
www.youtube.com/wuerthag

Coup de foudre

Le nouveau mega macs 56



Uniquement durant les semaines "Bonus en Euros"* : **15 % de remise sur votre mega macs 56**
N'hésitez pas

C'est très fort - la nouvelle solution de diagnostic multimarque compacte vous enchantera avec ses prestations incroyables qui sont généralement réservées au segment premium. Grâce au concept de réparation en temps réel, les codes d'erreur et les mesures sont convertis rapidement en instructions de réparation claires. Vous travaillez encore plus rapidement et vos missions deviennent encore plus rentables. Nos voisins Allemands sont déjà très impatients de pouvoir disposer de

cet outil de diagnostic compact aux prestations exclusives. La revue spécialisée Krafthand a décerné à notre petit Géant le premier prix du Technologie-Award 2014. Et vous aussi vous allez en tomber amoureux - le mieux serait de venir le voir pour le croire. Toutes les informations sur le Gagnant mega macs 56 sont disponibles directement chez Hella Gutmann et chez notre partenaire Technomag ou sur la page internet www.hella-gutmann.com

Tel. : 041-6304560

E-Mail : swiss@hella-gutmann.com

Votre partenaire commercial Hella Gutmann :



GUTMANN

S O L U T I O N S



Avril 2015

> Editorial	
– Le Salon de l'Auto illustre la force d'innovation de la branche et suscite de l'intérêt	5
> En bref	6
> Salon de l'Auto	
– « L'exposition automobile la plus belle et la plus concentrée au monde » : rapport d'Urs Wernli sur le 85 ^e Salon de l'Auto et le stand de l'UPSA	8
– Comment les garagistes profitent de l'élan de Genève	12
– Halle 7 : le royaume des garagistes	15
– Comment les fabricants de pneus présentent leurs nouveautés	22
– En primeur mondiale, Michelin lance le CrossClimate	25
> Management et droit	
– Indication des prix dans la branche automobile	26
– Le spectre des impôts anticipés	27
> Atelier et service après-vente	
– Tout ce qu'il faut savoir sur les pneus	28
– Le garage CEA du mois	29
– Le CEA a déjà permis d'économiser 10 000 tonnes de CO ₂	30
> Prestations	
– SWICA soutient les assurés dans la promotion de la santé	33
– Assurance collective des frais médicaux de la CSS	34
– L'outil de création en ligne de la Poste pour des publipostages sous forme de cartes postales	35
– Nouvelle apparence et nouvelles fonctionnalités pour AutoScout24	36
– Stieger sur la tablette	38
– Nouvelle formation UPSA « Restaurateur(trice) de véhicules »	38
– ESA lance de nouveaux produits numériques	39
> Profession et carrière	
– Business Academy	40
– Mise en œuvre de la directive légale 6508 CFST	41
> Garages	42
> Impressum	43



Votre partenaire compétent pour une maison de l'auto conviviale

Planification et conseils lors d'une construction nouvelle ou d'une rénovation de garages et de maisons de l'auto, de stations d'essence, shops

Profitez de notre expérience. Nous nous tenons à votre entière disposition pour un entretien sans engagement.



AWS ARCHITEKTEN AG
 Muristrasse 51
 CH-3006 Bern
 Téléphone 031 351 33 55
 Téléfax 031 351 33 68
 Homepage: www.aws.ch
 e-mail: architekten@aws.ch



Invitation à l'Assemblée générale ordinaire.

Mercredi | 20 mai 2015 | Kursaal Interlaken

Ordre du jour de l'Assemblée générale de l'ESA dès 15 h 00

1. Ouverture de l'Assemblée générale par le président
2. Hommage aux copropriétaires décédés
3. Procès-verbal de l'Assemblée générale du 22 mai 2014
4. Rapport de gestion et comptes de l'exercice 2014
5. Affectation du résultat de l'exercice
 - 5.1. Rapport de l'organe de révision sur l'exercice 2014
 - 5.2. Résolution sur l'affectation du bénéfice net, selon les art. 14 et 27 des statuts de l'ESA
 - 5.3. Décharge aux organes responsables
6. Mutations
 - 6.1. Démissions
 - 6.2. Élections au Comité de l'ESA
 - 6.3. Élection de l'organe de révision pour l'exercice 2015
7. Résolution sur les propositions individuelles soumises à temps, selon l'art. 15 des statuts de l'ESA
8. Divers

Programme du jour dès 13 h 30

Dès 13 h 30	Arrivée des copropriétaires et des invités au Kursaal à Interlaken où seront servis du café et friandises
15 h 00	Début de l'assemblée générale dans la nouvelle salle de congrès selon l'ordre du jour.
Dès 17 h 30	Apéro au foyer de la nouvelle salle de congrès ou dans le jardin du Kursaal (selon la météo).
18 h 30	Début du dîner
21 h 30	Fin de l'événement

Ordre du jour sous réserve d'approbation lors de la séance du Comité de l'ESA du 9 avril 2015!

Expériences limites avec Thomas Ulrich

Profitez de la passionnante conférence de l'aventurier, du guide montagne, du pilote polaire, du photographe et caméraman.



Le Salon de l'Auto a fait preuve d'innovation et a suscité l'intérêt

Chère lectrice, cher lecteur,

■ L'atmosphère était positive au Salon de l'Auto, qui a fermé ses portes il y a peu à Genève. La branche automobile, en grande forme, y a présenté un feu d'artifice de nouveautés et d'innovations. Une nouvelle fois, la presse mondiale et le public n'ont pas boudé leur plaisir. La conseillère fédérale Doris Leuthard elle aussi, à l'ouverture du Salon, s'est montrée impressionnée par la force d'innovation de l'industrie automobile – et aussi par ce qui est peut-être la plus belle exposition de voitures au monde. Les immatriculations de voitures neuves ont fortement progressé en février, après un début d'année plutôt poussif; cumulées, elles ont à présent presque rattrapé le niveau de l'an dernier. Malgré ces bons chiffres, les différents acteurs du secteur ont donné des échos contrastés de la marche des affaires dans la branche automobile.

Comme je l'avais supposé, les actions et réductions de prix massives ayant servi de riposte au franc fort incitent de nombreux automobilistes et propriétaires de flottes à acquérir des voitures neuves. Un grand nombre de garagistes parlent d'un carnet de commandes extrêmement bien garni. Ils sont toutefois souvent moins euphoriques en ce qui concerne les marges gagnées. Les valeurs nettement plus basses des occasions et des véhicules en stock pèsent immédiatement sur les liquidités et plombent encore davantage les rende-

ments. Les retours de leasing, actuellement issus de la première « crise de l'euro » de 2011, renforcent également de plus en plus cette tendance.

Les intervalles de service toujours plus longs soumettent aussi les ateliers à une pression croissante. A cela s'ajoute, dans ce



secteur, surtout dans les régions frontalières, la concurrence d'entreprises étrangères faciles d'accès. J'ai toutefois senti chez de nombreux visiteurs et visiteuses de notre stand, qui s'est distingué par une bonne fréquentation, un état d'esprit confiant. Cela est sans doute dû aussi au

fait que la mobilité motorisée individuelle continuera à rester très demandée, ce qui représente des opportunités toujours renouvelées pour notre branche de l'automobile.

Soyez certains que nous allons intégrer sans tarder et dans le détail nos découvertes du Salon dans nos différents organes, et essayer ensemble d'utiliser ces opportunités à votre avantage. Ces prochains mois offriront de nombreuses occasions – les multiples réunions dans les sections, les réunions régionales des présidents, celles des responsables, l'assemblée des délégués – pour engager un dialogue actif au sujet des transformations et des défis à venir dans la branche automobile.

Je serais heureux de pouvoir vous y accueillir en aussi grand nombre que possible et d'échanger avec vous.

L'éveil du printemps et ses rayons de soleil bénéfiques annoncent aussi la tenue de nombreuses expositions de nouvelles voitures. Puissiez-vous y accueillir un public nombreux de fans de voitures et y réaliser d'excellentes affaires!

Meilleures salutations

Urs Wernli, président central

Pneus d'été qui répondent aux plus hautes exigences

PROFI PNEU

www.profi-pneu.ch

sûr et fiable: Commandé aujourd'hui – livré demain!
Importateur général: Profi Pneu AG, 4553 Subingen
Tél. 032 626 55 55, info@profi-pneu.ch

petlas®

MAXXIS

NOVEX



Coopération stratégique dans le commerce des pneus

Deux prestataires bien ancrés dans le commerce suisse des pneus et le service automobile concluent une coopération stratégique et élargissent leur offre commune avec un spécialiste des pare-brise. Adam Touring GmbH, Pneu Egger AG et R. Swiss Glass SA resserrent dès à présent leur collaboration. Le vaste réseau des trois entreprises englobera désormais plus de 80 sites en Suisse et dans la principauté du Liechtenstein. <

Nouveau Scania dans l'entreprise J. Senn AG à Döttingen

Plus d'un an après avoir passé commande, l'entreprise J. Senn AG, de Döttingen, a pu mettre en service son nouveau véhicule de remorquage et de dégagement. Le propriétaire, Josef Senn, a choisi un nouveau camion Scania R730 LB 8x4



Le nouveau Scania de l'entreprise J. Senn AG

comme nouvelle dépanneuse. Il a trouvé en l'entreprise autrichienne EMPL un fabricant capable de mettre en œuvre ses idées. Un grand nombre de ces concepts novateurs étaient également inédits pour EMPL, et de nombreuses discussions avant et pendant la construction ont été nécessaires. <

Les Partenaires Premio démarrent la nouvelle année

Du 24 au 26 février, les Partenaires Premio suisses se sont réunis à Bellinzone, à Lucerne et à Charmey pour le congrès régional de printemps 2015. A

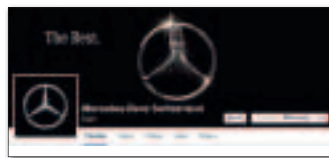


Congrès de printemps des Partenaires Premio

cette occasion, le programme de coopération 2015 a été présenté aux prestataires. A l'heure actuelle, la coopération Premio compte 65 partenaires en Suisse. L'objectif est d'étendre le réseau en 2015. « Nous mettons l'accent sur les entreprises de poids lourds, afin d'assurer la croissance du service Premio aussi dans ce segment », explique Roger Blaser, manager Retail Suisse. <

Meilleur communicant sur les réseaux sociaux : Mercedes-Benz

Parmi les grandes marques de voitures possédant un profil Facebook suisse, c'est Mercedes-Benz qui communique le mieux. Du point de vue du marketing viral



en revanche, c'est-à-dire des messages de marque qui se diffusent de manière autonome, Honda se classe n°1. Tels sont les résultats d'une analyse des marques menée par l'agence numérique webguerillas à Zurich. Pour ce faire, elle a étudié l'an dernier les profils Facebook des marques Audi, BMW, Fiat, Ford, Honda, Hyundai, Jaguar, Mercedes, Mini, Opel, Renault, Seat, Skoda, Toyota, Volvo et Volkswagen. <

Fusion des associations faitières FSVA et SO

Les préparatifs de la fusion de la Fédération Suisse des Véhicules Anciens (FSVA) et de l'Association Suisse des Véhicules d'Epoque (Swiss Oldtimers, SO) sont presque

terminés. Une commission paritaire composée de trois membres de la direction de chacune des deux associations a préparé tous les documents nécessaires. Le 16 mai 2015 se tiendront les assemblées des délégués de la FSVA et de SO. En vertu de la loi sur la fusion, trois quarts des voix des délégués sont nécessaires pour entériner le contrat. Si les délégués des deux associations faitières valident la fusion, l'assemblée constitutive se tiendra le même après-midi. <

Julia Bordonado élue Miss Auto Salon 2015

C'est au club genevois « bypass », en marge de la 85^e édition du Salon de l'Auto, qu'a été élue la 17^e Miss Auto Salon. Treize hôtesse se sont présentées au jury, tout d'abord dans les vêtements qu'elles arboraient sur les stands, puis en tenue de ville et, enfin, en robe de soirée. Julia Bordonado, originaire d'Aix-en-Provence, travaillait sur le stand de Peugeot. <



Julia Bordonado, Miss Auto Salon 2015

 **WÜRTH**

TPMS – TOUT D'UN SEUL FOURNISSEUR

- > Capteur EZ-Sensor, programmable et convenant à la plupart des véhicules
- > Appareil de programmation et de diagnostic iQ50, facile d'utilisation
- > Jeu d'outillage spécial, concordant avec les capteurs disponibles sur le marché
- > Formation online en plusieurs langues

Plus d'informations sur: www.wuerth-ag.ch/tpms



« Hit and Drive » : une fan du HC Bienne gagne une Skoda Octavia

« Hit and Drive », le jeu de la pause proposé par gaz naturel,



Carine Egli, gagnante de la Skoda Octavia, reçoit des mains de Kurt Schmidlin, de Gasverbund Mittelland AG, et au nom d'Energie Service Biel/Bienne et d'AMAG Biel/Bienne, les clés du véhicule, à l'effigie de la grande feuille verte de gaz naturel.

s'est déroulé pendant toute la saison du HC Bienne. Lors du dernier tour du jeu, le 3 mars, le premier prix a été tiré au sort entre trois finalistes. Gaz naturel a remis les clés d'une Skoda Octavia Combi G TEC, fonctionnant au gaz naturel, à l'heureuse gagnante Carine Egli, qui pourra la conduire sans frais de carburant pendant un an, en faisant le plein à n'importe quelle station-service de gaz naturel/biogaz. <

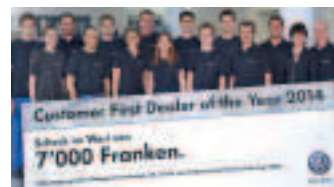
Les ventes de voitures reprennent

Après un mois de janvier plutôt modeste, les ventes de voitures ont repris des couleurs en février, avec 22388 voitures neuves vendues, soit 460 de plus qu'en janvier, ce qui correspond à une augmentation de 2,1%. Ce résultat positif réduit la baisse cumulée à 3,2%. « Il est encore trop tôt pour parler d'un revirement de tendance, commente François Launaz, président d'auto-suisse, mais ce genre de signe annonce que l'on va vers le beau. » <

Meilleur concessionnaire Volkswagen de l'année

Dans le cadre du congrès 2015 des partenaires, Volkswagen a une nouvelle fois distingué les

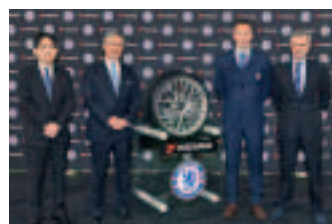
meilleurs concessionnaires de la marque en Suisse. L'équipe d'AMAG Bellinzona a remporté le titre de meilleur concessionnaire de l'année, accompagné d'un chèque de 10 000 francs à consacrer à une sortie d'entreprise. Le garage Sommerhalder AG à Zurich s'est vu décerner le titre de meilleur concessionnaire clients de l'année et un chèque d'une valeur de 7000 francs. <



Les meilleurs concessionnaires Volkswagen : AMAG Bellinzona (en haut) et le garage Sommerhalder AG (en bas)

Yokohama sponsorisera les maillots du FC Chelsea

Yokohama a signé un contrat avec le FC Chelsea : dès la saison prochaine et pour cinq ans, il pourra placer son logo notamment sur les maillots des sportifs et dans le stade. Il pourra en outre faire de la publicité pour ses pneus avec l'image du club, des entraîneurs et des joueurs. Le but de l'opération, dans le cadre du plan de gestion « Grand Design 100 », est de faire connaître la marque du fabricant de pneus à un public international plus large. <



H. Katsuragawa et T. Nagumo, de l'entreprise Yokohama, en compagnie du capitaine de Chelsea J. Terry et de l'entraîneur J. Mourinho.

Peugeot et le SCB célèbrent leurs 25 ans de partenariat

Peugeot (Suisse) SA sponsorise le club de hockey SC Bern depuis 1989. En 2014, pour l'année anniversaire, 25 événements et 1



Miriam Ehrat, fan du SCB, a reçu son nouveau bolide des mains d'Olivier Gandolfo, directeur-général de Peugeot Suisse, et de Francine Jordi, ambassadrice de la marque.

concours ont été organisés. Lors du dernier match à domicile du SCB avant les playoffs, le directeur général de Peugeot, Olivier Gandolfo, et l'ambassadrice de la marque, Francine Jordi, ont remis une Peugeot 208 GTi 30th à l'heureuse gagnante. <

Helmut Ernst prend la tête de ZF Services

Le 1^{er} mars, Helmut Ernst (55 ans) a été nommé président de la direction de l'entreprise ZF Services, dont il assume



Alois Ludwig (à g.) passe le témoin à Helmut Ernst.

désormais la responsabilité. Fin connaisseur de la branche, il enrichira l'offre de solutions télématiques et de prestations sur mesure pour les besoins de mobilité. Son prédécesseur, Alois Ludwig (66 ans), part à la retraite. <

Nouveau rôle pour Tom Anliker

Tom Anliker prend la direction de Volvo Car Switzerland SA, succédant à David Thomas. Ces 25 dernières années, il a occupé différentes fonctions dans la branche et 2015, il a pris la tête du secteur Vente et Marketing auprès de



l'importateur officiel suisse de la marque suédoise de tradition. <

Tom Anliker a pris du galon.

Une nouvelle voiture, oui, mais avec GPS

En termes d'équipement, les Suisses accordent une grande importance au GPS : c'est en tout cas l'option qu'ils recherchent le plus, d'après une évaluation sur plus de 9 millions de requêtes effectuées sur autoscout24.ch. Le GPS est un équipement indispensable dans près d'une recherche sur cinq (18,84%), constituant ainsi l'accessoire pratique le plus demandé pour la 2^e année consécutive. La sellerie cuir est aussi appréciée, avec près de 16% des requêtes, puis les phares au xénon avec 10,24%. <



Du monde au stand UPSA du 85^e Salon de l'automobile à Genève

« Le salon automobile le plus beau et le plus compact au monde »

Le 85^e Salon de l'automobile de Genève a accueilli un peu plus de visiteurs que l'an passé et a attiré, avant même l'ouverture officielle, plus de 11 000 journalistes au Palexpo lors des journées de la presse. AUTOINSIDE s'est entretenu avec Urs Wernli, président central de l'UPSA, au sujet du salon et du stand de l'UPSA situé dans la halle 2. Sascha Rhyner, rédaction



Albert Bonelli, président de la section UPSA Genève, avec Olivier Maeder



Roland Gubeli (garage Foresti, Ermenswil), Mirco Leemann (garage Mettlen, Eschenbach) et Franco Foresti (garage Foresti, Ermenswil)



De dr. à g. : Karl Graf (Karl Graf Automobile AG), Werner Ronner (section UPSA Zurich), Robert Graf (comité directeur véhicules utilitaires UPSA) et Andrea Graf



L'ancien directeur de l'ASTAG, Michael Gehrken, était lui aussi sur le stand de l'UPSA.





Jürg Dosch (FIGAS) et Christian Fischer, Fischer Automobile AG à Beinwil am See



Bernhard Russi est ambassadeur de la marque Subaru depuis plus de 35 ans.



L'animatrice Melanie Winiger sur le stand de Volvo



Oskar Portmann, Beat Bülsterli et Hans Marbacher d'Auto Marbacher, à Schachen (LU)



Walter Hennecke, ancien membre du comité central de l'UPSA (à gauche), et Patrick Schwermann, président de la section UPSA Suisse centrale et propriétaire de Schwermann AG



Markus Aegerter en entretien avec Joachim Masur, CEO de Zurich Schweiz, Campo Piano et Karim Ziani, responsable Automotive Kooperation chez Zurich Schweiz



Didier Cuche reste fidèle à Audi, même une fois sa carrière achevée.





La conseillère fédérale Doris Leuthard s'entretient avec Benjamin, apprenti, sur le stand de l'UPSA.



Jakob Schlatter, président de la section UPSA Schaffhouse, avec Carola et Urs Wernli.

■ **Monsieur Wernli, quel bilan dressez-vous du 85^e Salon de l'Automobile de Genève ?**

Urs Wernli: Un bilan positif. Près de 700 000 visiteurs se sont rendus sur le salon : un chiffre qui témoigne de l'intérêt pour l'automobile profondément ancré dans la population ainsi que de l'importance de la mobilité individuelle.

Qu'est-ce qui vous a particulièrement plu ?

Le fait que les responsables chargés de l'organisation aient à nouveau réussi à présenter le salon automobile le plus beau et le plus compact au monde. Sans oublier les nombreuses voitures sélectionnées selon les critères esthétiques (sourire) et de vitesse.

Selon vous, quel a été le fait marquant de ce salon ?

La capacité d'innovation de l'industrie automobile est impressionnante. L'efficacité énergétique occupe une place grandissante. L'interconnexion de l'automobile avec le monde numérique a également le vent en poupe.

Quel a été le succès enregistré par le stand UPSA ?

Le stand a été globalement bien fréquenté,

notamment lors des journées de la presse. L'équipe UPSA s'est montrée très prévenante vis-à-vis des clients et l'ambiance sur le stand était des plus conviviales. C'est toujours impressionnant de voir le nombre de contacts établis en quelques jours seulement.

Quels ont été les sujets brûlants discutés ?

Evidemment, les répercussions de la force du franc suisse sur la situation tarifaire des nouveaux véhicules. Les voitures n'ont ja-

mais été aussi bon marché. Les répercussions sur le marché des occasions et les rendements dans les entreprises, la question de savoir comment les cantons vont appliquer les nouveaux délais imposés pour les contrôles de véhicules, le financement des routes avec la FORTA (Fonds pour les routes nationales et le trafic d'agglomération) et la redevance médiatique Billag, très chère pour la branche automobile.

La conseillère fédérale Doris Leuthard a fait une courte halte sur le stand UPSA le jour de l'ouverture. De quoi avez-vous parlé ?

J'ai abordé l'importance de la formation des jeunes au sein de notre branche et les efforts concertés de l'UPSA et de l'Office fédéral de l'énergie pour la réduction des gaz à effet de serre, grâce au CEA (CheckEnergieAuto).

La crise de l'euro et ses répercussions négatives sont actuellement les principaux sujets évoqués dans la branche mais vous soulignez qu'il s'agit là d'une opportunité pour les membres de l'UPSA.

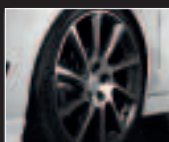
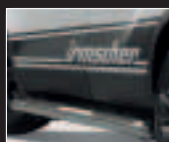
Oui, et nos membres doivent saisir ces occasions. Jamais la gamme de voitures propo-

Invitation de la section Genève au stand de l'UPSA

Jeudi dernier, au 85^e Salon de l'Auto, la section Genève de l'UPSA était l'hôtesse du stand de l'UPSA. La section du lieu d'organisation du salon invitait ses membres et sections voisines à un agréable échange autour d'un repas ou d'une boisson. Une occasion d'attirer l'attention des membres sur l'attractivité du stand de l'UPSA dans la halle 2, mais surtout un lieu d'échanges animés entre les garagistes, en marge du Salon de l'Auto. Une manifestation réussie qui devrait se renouveler en 2016 lors du 86^e Salon de l'Auto.

Mettre des accents.

irmscher



Personnaliser simplement:
pièces tuning pour Opel.

CHEMUWA



Chemuwa Autozubehör SA
info@chemuwa.ch, Tél. 055 256 10 10
LIVRAISONS JUSQU'À 3 FOIS PAR JOUR



Le simulateur EcoDrive a suscité l'intérêt des visiteurs.



La branche automobile fascine toujours les jeunes.



L'apprenti Benjamin Curioz montre à un visiteur l'appareil pour le diagnostic.

sée n'a été aussi large et n'a proposé des concepts d'entraînement aussi diversifiés, dans une grande variété de modèles. Le garagiste reste l'interlocuteur privilégié lorsqu'il s'agit d'automobile. Il est le spécialiste sur place et jouit de la confiance des automobilistes. La numérisation offre aujourd'hui de nombreuses possibilités en matière de publicité, de suivi de la clientèle, d'optimisation des processus commerciaux et, plus généralement, pour le bon management d'un garage.

On a constaté que les grosses voitures sportives restent les vedettes du salon mais aussi que la mobilité électrique prend une importance croissante avec, entre autres, la forte présence de E'Mobile et du gaz naturel. Concrètement, quelle est la direction poursuivie ?

Je pense que les moteurs thermiques restent dominants. Cette source motrice est aujourd'hui efficace et respectueuse de l'environnement. L'entraînement élec-

trique va poursuivre son développement en tant que concept hybride et, pour les créneaux de marché, en tant que véhicule purement électrique. La pile à combustible, écologique et d'une très haute efficacité énergétique, est désormais produite en série. Pour moi, cette source motrice offre des chances énormes. Son développement dépend de la généralisation et du délai d'installation des stations de ravitaillement en hydrogène. <

Vos avantages en tant que partenaire le GARAGE:

- planification opérationnelle efficace
- installations d'atelier performantes
- présentation standard sur le marché (aspect, publicité, etc.)
- offre complète de produits et de prestations de services
- indépendance des marques
- vaste offre de possibilités de formation permanente et bien plus encore....

le GARAGE,
le concept de garages
indépendants d'ESA

Comment les garages de l'UPSA profitent de l'élan du Salon de l'Auto de Genève

« Genève déclenche une vague »

Le Salon de l'Auto a fermé ses portes le 15 mars. Les nouveautés 2015 des marques exposées à ce premier salon automobile européen de l'année font souffler un vent de fraîcheur dans les espaces de vente. Nombreux sont les garagistes qui profitent de cet élan et de la présence médiatique de l'automobile pendant le Salon. AUTOINSIDE a mené l'enquête dans trois sections.

Anselm Schwyn, journaliste RP

■ Le Salon de l'Auto de Genève est la seule exposition automobile internationale annuelle d'Europe qui se tient au début du printemps ; il inaugure aussi la saison des nouveaux modèles de la plupart des constructeurs. Avec plus de 130 premières mondiales et européennes et 900 véhicules exposés, le Salon a attiré une nouvelle fois près de 700 000 visiteurs en 2015. Il a aussi trouvé un large écho dans les médias, et même les personnes qui, d'ordinaire, s'intéressent peu à ses nouveautés sont touchées par la fièvre des nouvelles technologies, des formes et de la pure puissance des chevaux.



Dölf Lendenmann veut utiliser l'enthousiasme de Genève.

Tous ne peuvent pas aller à Genève

Au printemps, on s'intéresse à la nouveauté. Et l'envie d'acquérir une voiture neuve fleurit au Salon. Mais tous n'ont pas le temps d'aller à Genève en mars, pendant les 11 jours du Salon. La tradition veut que l'exposition Auto Expo Zürich se tienne aussi vite que possible après le Salon genevois. Dölf Lendenmann, CEO du garage BMW Binelli & Ehrsam AG à Zurich, est aussi l'attaché de presse

de l'événement zurichois. « Genève, aussi par sa présence médiatique, déclenche une véritable vague d'enthousiasme pour la voiture. Pourquoi ne pas en profiter ? 20 concessionnaires présentent cette année encore les nouveautés de Genève pour 31 marques », explique Dölf Lendenmann. L'UPSA est partenaire de l'exposition qui, 3 jours durant, permet non seulement de découvrir les voitures, mais également de les essayer. Dölf Lendenmann : « Le Salon de Genève est fascinant, mais chez nous, on peut tester les voitures, faire évaluer le véhicule qu'on souhaite échanger et parler financement. » L'attaché de presse conseille aux garagistes d'utiliser l'élan de Genève, car jamais encore le client n'en a reçu autant pour son argent, en raison de la répercussion des gains de change du franc. Par ailleurs, l'Auto Expo Zürich est bien plus qu'une « simple » exposition de voi-

tures, et toute la famille peut y trouver son plaisir. Outre des spécialités culinaires comme la traditionnelle saucisse à rôtir, les sushis, les hot dogs, on y propose aussi d'autres attractions. Conseil de Dölf Lendenmann : « Associez-vous, sur place, à d'autres entreprises. Cela apporte du changement. Trouvez quelque chose d'inédit chaque année. » En 2015, il accueillera dans son garage le casino de Zurich et deux de ses croupiers ; seront également proposés des bijoux en pierres thérapeutiques et des sacs à main personnalisables.

Amener le Salon dans les régions

L'élan genevois ne s'arrête toutefois pas à la métropole zurichoise, riche de plusieurs millions d'habitants : on en profite jusque dans d'autres régions de Suisse. « Les Grisons sont la section la plus éloignée du Salon de Genève, rapporte Andri Zisler, directeur d'Alpina Chur AG et président de la section Grison. Notre idée est d'amener le Salon dans les Grisons une semaine après sa fermeture, car la plupart des clients n'ont pas l'occasion de se rendre à Genève. » Certains des nouveaux modèles des 31 marques sont déjà en vente, et les autres sont mis à la disposition des garagistes par les importateurs. L'avantage de ce week-end d'exposition : une plate-forme commune sur laquelle les

AC: rusconi & ulz autotechnik ag	Nia: EFAG, Dosch Garage Chur	Saat: Garage H.P. Senn AG
Audi: AMAG Chur	Einli: Rover: EFAG, Dosch Garage Chur	Slada: AMAG Chur
BMW: Alpina Chur AG	Masera: EFAG, Dosch Garage Chur	smart: Ring Garage AG Chur
Citroën: Garage Hoffmann Chur AG	Mazda: Garage Conminot AG	SsangYong: Garage Conminot AG
Dacia: Garage Bayer AG	Mercedes-Benz: Ring Garage AG Chur	Suzuki: EFAG, Dosch Garage Chur
Fiat/Alfa: Sport Garage Silvio Berger	MINI: Alpina Chur AG	Subaru: EFAG, Dosch Garage Chur
Ford: EFAG, Rheintal-Garage Chur	Mitsubishi: EFAG, Dosch Garage Chur	Toyota: EFAG, Rheintal-Garage Chur
Honda: Garage Hoffmann Chur AG	Nissan: Autohaus Willi AG	Volkswagen: Garage Riegler
Hyundai: Obere Au Garage AG	Opel: EFAG, Dosch Garage Chur	VW Motorrad: AMAG Chur
Jaguar: EFAG, Dosch Garage Chur	Peugeot: Autohaus Willi AG	VW Personwagen: AMAG Chur
Jaguar: EFAG, Dosch Garage Chur	Renault: Garage Bayer AG	

d'enthousiasme pour la voiture »

clients peuvent découvrir les nouveautés chez les 13 concessionnaires de marques. « Chaque garagiste met sur pied son propre programme. Dans notre entreprise, par exemple, nous invitons nos clients la veille au soir pour une grande exposition. » « Churia Auto » se tiendra pour la 17^e année.

Le Valais fait vivre la passion pour l'automobile

Charles-Albert Hediger, président de la section Valais, souligne que « chaque garage a pour mission de faire vivre la passion pour la voiture que le Salon de l'Auto de Genève irradie chaque année. C'est un moyen de fidéliser la clientèle. » En Valais, au moins 3 régions organisent des expositions multimarques immédiatement après le Salon. C'est Martigny qui ouvre le bal avec « Auto Passion » où, à peine une semaine après Genève, on peut profiter des nouveau-



Charles-Albert Hediger, président de la section Valais.

tés et des avantages du Salon. Viège prend le relais en avril, avec l'exposition « Neuwa », et l'« Auto Show » sêdunois conclut la série, début mai. Ce dernier est donné en plein air, au centre de Sion, sur la Place de la Planta. A Martigny et à Viège, les expositions se tiendront sous halle, dans un lieu central. Charles-Albert Hediger : « Ces expositions régio-

nales attirent des milliers d'amateurs de voitures et permettent aux clients de découvrir les dernières nouveautés de tout près, à deux pas de chez eux. »

L'union fait la force

Il est possible de promouvoir ces expositions de printemps avec encore plus d'efficacité si l'on se met ensemble. Auto Expo Zürich et Churia Auto, par exemple, ont leurs propres sites Internet ; les garages des sections présentant des expositions diffusent des spots communs à la radio et à la télévision et publient des annonces dans les médias locaux. On peut aussi créer des papillons et des affiches dont toutes les parties prenantes profitent. Certains garages invitent en outre personnellement leurs clients par e-mail. Les sites Internet livrent des informations sur les garages participants, une carte des sites d'exposition ou des liens vers des articles de presse. <

Etes-vous notre nouveau partenaire?

En rejoignant le réseau de garages multimarques AutoCoach, vous restez un entrepreneur indépendant et conservez une liberté de décision absolue. Vous profitez d'un positionnement affirmé, d'une identification soignée et percutante, d'un soutien publicitaire efficace et de conditions spécialement avantageuses. Profitez sans plus tarder de notre soutien et empruntez la voie du succès durable!

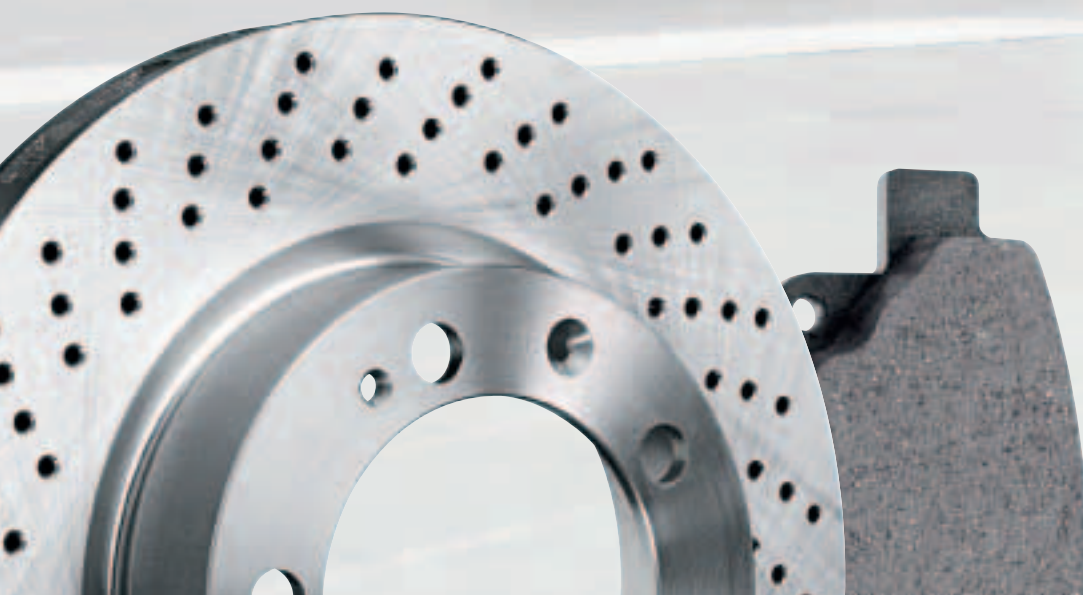


Pour plus d'informations, veuillez contacter:
Technomag, 3000 Berne 5
Tél. 031 379 84 84
info@autocoach.ch



Plus fort ensemble.

Technique de freins de Bosch



Unir ce qui va ensemble: Lors du changement simultané des disques et des garnitures de freins, il vaut tout particulièrement la peine de faire confiance à Bosch. Des produits parfaitement coordonnés pour toutes les applications automobiles courantes en qualité assurant la pose au micron près et avec un vaste choix d'accessoires – la pose rapide et sans problèmes est ainsi garantie. Et vos clients apprécient à leur juste valeur la puissance de freinage optimale dès la pose, des freins silencieux et sans vibrations à l'efficacité élevée dans les conditions d'utilisation les plus exigeantes.



BOSCH

Des technologies pour la vie

Pour de nombreux fournisseurs, le Salon de l'Auto est l'endroit idéal pour nouer des liens étroits avec les clients

Le royaume des garagistes

Dans le tumulte du Salon, la halle 7 est un peu une oasis de tranquillité. Les garagistes peuvent s'y entretenir dans le calme avec les différents fournisseurs et y obtenir des informations sur les tout derniers produits. AUTOINSIDE a également visité de nombreux stands. Reinhard Kronenberg et Sascha Rhyner, rédaction



La halle 7 proposait aux garagistes de nombreuses nouveautés pour alléger leur travail au quotidien.

Abt AG : le service est la clé du succès

Carlo Ledermann connaît le Salon, et le métier aussi. On dirait que rien ne peut lui faire perdre son calme. Même pas la crise de l'euro. « Cela fait longtemps que nous sommes là, ce qui permet d'aborder tout cela de manière un peu plus détendue. Mais je ne m'attends pas à une année record », déclare-t-il en souriant. « Nous devons compter sur des marges moins



Carlo Ledermann (à gauche) et son équipe d'Abt AG.

élevées. » Toutefois, ce n'est pas à cause de cela que la société Abt AG, qui s'est spécialisée dans tout ce qui concerne l'industrie du pneumatique, est venue au Salon avec peu d'appareils. Pour C. Ledermann, le service est extrêmement important. « Je suis fier de mes collaborateurs. Ils représentent notre capital le plus précieux », explique-t-il sur un ton élogieux. « Sans un entretien de qualité, même le meilleur des produits sera décevant. S'il présente un défaut, le service est important. Et à ce niveau, nous savons ce que nous avons accompli au cours de ces dernières années. » Abt est certes le plus ancien importateur de machines Corgi au monde, mais la star des appareils était le lave-roues du fabricant suédois Drester, qui avait tout juste fait son arrivée en Suisse pour le début du Salon. <

auto-i-dat : jubilé

Pour le Salon de l'Automobile de cette année, auto-i-dat, le numéro un du marché suisse des données automobiles, avait une fois de plus vu les choses en grand et était venu avec une innovation, ce qui est presque devenu une tradition : à l'occasion de ses 25 ans, la société a présenté SilverDAT Calcul



Wolfgang Schinagl, CEO d'auto-i-dat.

latePRO, une application en ligne performante dédiée au calcul des réparations suite à des dommages mécaniques et de carrosserie. Wolfgang Schinagl, CEO d'auto-i-dat, a également exposé le ParkManager, maintenant entièrement disponible en ligne, qui a été optimisé pour une utilisation sur tablette ou téléphone mobile et repose sur la technologie carcloud.ch. Pour lui, le Salon de Genève est très important : « En tant que fabricant pour le marché suisse, l'opportunité nous est offerte ici de montrer à quel point les sociétés suisses sont innovantes ». Cette année encore, W. Schinagl était fier de son stand convivial et clair, qui a joui d'une forte fréquentation. <



Christoph Aebi, directeur d'AutoScout24, devant son stand dans la halle 5 de Palexpo

AutoScout24 : trafic important grâce à l'euro

AutoScout24 a bien commencé l'année. A cause de l'abandon du taux plancher face à l'euro, la plus grande place de marché automobile en ligne de Suisse a affiché des variations impressionnantes au niveau des prix des véhicules : « Dans les premières semaines qui ont suivi le 15 janvier, nous avons enregistré sur notre plate-forme des corrections de valeur pour un montant de CHF 300 millions », affirme Christoph Aebi, directeur d'AutoScout24. Le troisième numéro de *wheels!*, le magazine automobile interactif d'AutoScout24, est paru juste à temps pour le Salon de l'Automobile. Pour la principale plate-forme de vente automobile en ligne de Suisse, il revêt aussi une importance stratégique, car il prouve les compétences d'AutoScout24 dans le domaine des voitures neuves. « En 2015 encore, l'innovation sera une priorité pour notre entreprise », explique C. Aebi, qui attend de l'entreprise ce que, dans le fond, les patrons attendent de leurs clients : une meilleure faculté de décision. <

Baumgartner SA : rencontres amicales avec les concurrents

« Notre marque vaut de l'or », explique Peter Krieg, responsable de la vente et du marketing de la société Baumgartner SA, Dällikon, qui a été créée en 1910 à Zürich-Unterstrass. Au cours de ces dernières années, l'entreprise de référence dans le domaine de la quincaillerie s'est

transformée en un groupe commercial prospère. « Trade in, trade out », tels sont les termes utilisés par P. Krieg pour définir la philosophie de l'entreprise. Et de poursuivre : « Comme nous ne voulons pas développer un réseau de service, nous misons sur la qualité ». Lors du Salon, il se réjouit de rencontrer en toute amitié

les concurrents de la branche.

« C'est un rendez-vous apprécié où nous échangeons mutuellement », affirme-t-il. Comme pour prouver ses propos, l'un de ces concurrents subtilise sans tarder un cric. P. Krieg sourit et raconte dans quelles circonstances il a apporté le mini-lift Astra, la dernière fierté de l'assortiment, au Salon de l'Auto : « Je l'ai vu il y a quatre semaines à l'AutoZum de Salzbourg et j'ai immédiatement engagé les démarches nécessaires pour que nous puissions le recevoir à temps pour le Salon. » P. Krieg est très content de la flexibilité et de la rapidité avec lesquelles Baumgartner SA peut agir en tant que PME. C'est un atout concurrentiel de taille ! <



Peter Krieg de la société Baumgartner SA devant une Fiat montée sur un mini-lift Astra

Derendinger : des nouveaux concepts

Première mondiale sur le stand de Derendinger : avec Carrosserie plus, Derendinger propose maintenant aussi le concept d'atelier efficace aux carrosseries et est le premier prestataire à occuper ce marché intéressant. Egon Watzlaw, responsable Marketing & Product Management, a également été en mesure de donner de bonnes



Egon Watzlaw a présenté une première mondiale sur le stand Derendinger. (photo : AUTO&Wirtschaft)

nouvelles d'UNICAR, le deuxième concept de garage propre à l'établissement (avec Garage plus), qui avait été lancé l'année passée au Salon de l'Automobile : « Le concept a évolué de manière très positive », affirme E. Watzlaw avec fierté. La société, qui est sur le marché depuis maintenant 85 ans, est toujours en mouvement, entre autres avec ses 200 véhicules de livraison qui sillonnent chaque jour les routes. Le plus gros défi de l'année en cours pour l'entreprise : transformer l'incertitude des clients en énergie positive et optimiste. Et E. Watzlaw de conclure : « Nous y travaillons chaque jour. » <

ESA : optimisation des préparatifs pour les ventes de pneus d'été

ESA, dont le stand très apprécié est traditionnellement le plus important de la halle 7, a encore tenu sa réputation cette année, en accueillant ses visiteurs dans un endroit aménagé en une véritable Piazza.

FALKEN TYRES

MOBIL 1

CONTINENTAL

FORD

BRIDGESTONE

WYNN'S

GOODYEAR

CASTROL

DUNLOP

FALKEN
High Performance Tyres



T: 062 285 61 30



F: 062 285 61 01



E: info@fibag.ch



Hausi Leutenegger, champion olympique de bobsleigh, au milieu de Martin Schütz (à gauche) et de Matthias Kruppen sur le stand d'ESA

Pourtant, tandis que les invités étaient choyés à Genève, l'équipe de Burgdorf anticipait et mettait déjà tout en œuvre pour apporter un soutien optimal aux garagistes pour les ventes de pneus d'été. Ainsi, les offres sont calculées indépendamment du cours du franc et combinées à un rabais supplémentaire qui est adapté au taux de change du moment. Cela permet de compenser de manière optimale l'incertitude du marché. Parallèlement, l'App Pneushop a « très bien fonctionné, tant auprès des garagistes que des clients finaux », selon Matthias Kruppen, chef de la communication chez ESA. De plus, ESA dispose d'un stock complet de tous les capteurs TPMS courants. <

Eurotax : le retour au Salon comme symbole

Pour Eurotax, 2014 était pour ainsi dire l'année de mise en place pour bien démarrer en 2015. Avec comme nouveau slogan « Attendez-en plus », Eurotax affiche toute une série de nouveaux produits tels que le « Price Analyzer », qui constitue une aide pour le concessionnaire de voitures d'occasion lors de la fixation dynamique des prix, en lui permettant d'optimiser les prix des véhicules d'occasion et de générer un bénéfice maximal. « La présence d'Eurotax au Salon de l'Auto est symbolique de sa nouvelle offensive », affirme Céline Tambour, Marketing Manager d'Eurotax. La société est à nouveau présente à Genève, ce qui n'avait plus été le cas pendant des années. <



Frank Müller explique le fonctionnement du portique de lavage de Ferrum.



Ferrum : technique de lavage moderne

Sur le marché âprement combattu des installations de lavage, Ferrum a présenté une innovation inédite : la barrière de cellules photoélectriques. Avec celle-ci, le véhicule est mesuré au laser et vaporisé simultanément. Comme de ce fait les brosses et les séchoirs connaissent exactement la silhouette du véhicule et n'attendent pas le lavage pour fonctionner « à tâtons », la pression des brosses a toujours la même intensité, ce qui a un effet direct sur le résultat du lavage. De plus, le cycle de lavage dure encore moins longtemps. « Cela permet aussi de laver sans problème les véhicules avec des coffres de toit ou des structures spéciales tels que les voitures de police, ce qui est nouveau », explique Frank Müller, chef du marketing. Dans le même temps, Ferrum a également présenté un tunnel de lavage de format XL (2,52 mètres). <



Eric Gafner (à gauche, Account Manager) et Salvatore Maniero (directeur des ventes Suisse) avec Julia Bordonado, Miss Auto Salon 2015. (photo : AUTO&Wirtschaft)

FIAT/ALFA/LANCIA

YOKOHAMA

MG ROVER

MICHELIN

OSRAM

PIRELLI

BANNER

VREDESTEIN

GENERAL TIRE

Rester sur la route.

Pneu d'été ZE914 de Falken.

FIBAG

Fibag SA
Lischmatt 17
4624 Härkingen

www.fibag.ch
<http://shop.fibag.ch>

Livraisons jusqu'à 3 fois par jour



Thomas Küderli en pleine démonstration du nouveau lave-roues



Daniela Engelhard présente l'assortiment de produits élargi d'Hella Gutmann.

Gassner : convaincre des avantages

Pour Gassner AG, 2015 a bien commencé. Et même très bien. Cela s'explique par le fait que grâce à l'association, l'entreprise est depuis le 1^{er} janvier le fournisseur exclusif d'AMAG SA. Le nouveau lave-roues à ultrasons Tiresonic TWIN, est le produit phare présenté au Salon. Il lave non seulement en profondeur, mais aussi très rapidement, la roue et la jante par ultrasons dans un bassin d'immersion de lessive chauffé à 40 °C. Toute l'attention était également rivée sur le poste de géométrie de direction sans contact de Beissbarth, fournisseur d'équipements de qualité. Le plus gros défi pour son directeur Thomas Küderli : convaincre les clients que la négociation avec AMAG n'a pas d'inconvénients pour eux, mais uniquement des avantages. <

GESAG : la meilleure plate-forme

Lors du Salon de l'Automobile de cette année, la société GESAG a présenté le développement de son ancien modèle phare : l'amélioration vers le pont élévateur à 2 vérins.



Du neuf avec de l'ancien : Daniel Vieille améliore le modèle éprouvé.

« L'intérêt était très grand », affirme le directeur Daniel Vieille. Pas étonnant, car GESAG n'a pratiquement pas de concurrents dans ce domaine. Le système amélioré avec 1 colonne (vérin dans vérin) a déjà rencontré un grand succès durant des décennies ; GESAG est maintenant prête pour le suivant. Pour GESAG, le Salon de l'Auto est la meilleure plate-forme pour entrer en contact avec ses clients existants, mais aussi et surtout avec les nouveaux clients. D. Vieille explique en plaisantant que c'est la raison pour laquelle le Salon de l'Auto l'occupe durant toute l'année. <

Hella Gutmann : faciliter le travail des garagistes

Elle était cette année plus impatiente que d'habitude de venir au Salon : Daniela Engelhard, directrice de Hella Gutmann. Et pour cause : elle a des nouveautés à proposer à ses clients. Hella Gutmann élargit en effet successivement son portefeuille de produits, bien au-delà de l'ancien assortiment de systèmes de diagnostic, dans un premier temps avec un système de contrôle de la pression des pneus, des climatiseurs et des lampes de poche LED de dernière génération. « L'objectif est d'associer de manière utile tous ces appareils pour pouvoir proposer aux garagistes un concept global qui leur facilite le travail et leur permet de gagner du temps pour d'autres travaux ayant un impact sur leur chiffre d'affaires », explique D. Engelhard. <

Hostettler : le b.a.-ba des ventes d'été

Hostettler Autotechnik SA a également profité du Salon de l'Automobile pour poser les bases des ventes d'été. En ligne de mire cette année : le nouveau catalogue et sa version en ligne, qui présente maintenant l'assortiment entier et est actualisé en permanence. « Il a été très bien accueilli par nos clients test », souligne avec satisfaction Stefan Bersinger, Concept Manager et directeur adjoint de l'entreprise lucernoise. Autre sujet digne d'intérêt : le nouvel as-



Stefan Bersinger devant le stand entier d'Hostettler

**VOTRE SPÉCIALISTE
POUR BOÎTES DE
VITESSES, DIRECTIONS
ET ESSIEUX.**

ZF Services Schweiz AG
8604 Volketswil
zf.com/services/ch



sortiment de pneus d'été Nexon-Tire, complété par de nombreuses dimensions intéressantes. Sans compter le service de roues complet grâce auquel, par le biais du numéro d'homologation, jantes, roues et système adapté de contrôle de la pression des pneus sont livrés en l'espace de 24 heures. <

Kärcher : profiter du contact direct

Sur le stand de Kärcher dans la halle 7, l'optimisme était de mise : toute l'évolution en rapport avec le taux plancher de l'euro aura des répercussions positives à long terme, affirme Katharina Margot, responsable du marketing, « même si cela n'en a pas l'air à court terme ». Elle ajoute que dans le domaine des installations de lavage précisément, l'activité de Kärcher a connu un redressement important au cours de ces dernières années. Elle présente avec sa collègue la nouvelle installation de lavage des jantes Rawa 2, qui se compose de trois plateaux de grandeur différente ordonnés de façon à ne pas tourner en parallèle de la jante afin de garantir un résultat de nettoyage



Katharina Margot pose avec l'innovation de Kärcher.

impeccable. Au Salon de l'Auto, K. Margot apprécie le contact direct avec la clientèle existante et potentielle, même si elle croit ressentir un certain ralentissement dans la propension à investir. <

Motorex : une grande couverture du marché comme motif de fierté

Comme Motorex produit et développe toutes ses huiles en Suisse et exporte 40% de sa production, l'année n'a pas très bien commencé pour elle, comme on peut se l'imaginer. Toutefois, les professionnels de Langenthal ne se laissent pas déconcerter. « Nous ne sommes pas du genre à nous lamenter », explique Manuel Gerber, chef du marketing. Au Salon de l'Auto, Motorex présente une nouvelle gamme de produits : la Classic Line, une huile de moteur spéciale pour le marché toujours plus dynamique des voitures de collection, adaptée à chaque ère technologique. « Le tout est emballé dans un conditionnement attrayant et permet aux garagistes de proposer une huile adaptée à ce segment de clients spécifique », affirme M. Gerber. Son plus gros défi au niveau de l'assortiment : la largeur minimale parallèlement à la couverture maximale de tous les seg-



Manuel Gerber : « Nous ne sommes pas du genre à nous lamenter. »

ments déterminants. « Jusqu'ici, nous y sommes très bien arrivés », déclare M. Gerber avec fierté. <

Panolin : le savoir-faire est aussi un art

Le stand Panolin était bondé, et Silvan Lämmle n'en était pas peu fier : la gymnaste artistique Giulia Steingruber souriait à qui mieux mieux au directeur de Panolin, ou inversement. Depuis cette année, la sportive de Suisse centrale est l'ambassadrice de la marque et avait la vedette sur le stand de Panolin. « Nous sommes extrêmement fiers qu'elle soit là et qu'elle nous consacre du temps », a expliqué S. Lämmle. Panolin et Steingruber incarnent ensemble les slogans « L'art vient du savoir-faire », « Des huiles qui sont des chefs-d'œuvre » ou « Des chefs d'œuvre dans de nouveaux cadres ». Et effectivement : tout comme G. Steingruber enchante le public et les experts par son savoir-faire dans les halles de gymnastique, Panolin convainc par la qualité de ses huiles. La grande roue The London Eye est mue depuis 1999 avec la même huile Panolin, et même le canal de Panama fon-



Giulia Steingruber et Silvan Lämmle.



ferrum
efficace, économique - propre

**Les stations de lavage Ferrum :
parfaitement adaptées à vos besoins avec
un service clientèle 24/24 heures fiable**

Ferrum SA | Technique de Lavage | 5102 Rapperswil
T +41 62 889 12 22 | waschtechnik@ferrum.net | www.ferrum.net

www.autoscout24.ch

AUTO

SCOUT 24

Vos clients sont en ligne

Qu'en est-il de votre publicité?



*Peut être cumulé avec toutes les promotions actuelles d'AutoScout24. Offre limitée au commerce, valable jusqu'au 30.04.2015.

tionne de manière impeccable grâce aux lubrifiants de Panolin. Au Salon, Panolin a présenté l'huile de moteur 0W/16, la plus fluide ayant jamais existé, et le système de remplissage astucieux « Easy filling ». <



Manuel Morales et son appareil de programmation intéressant.

Rema Tip Top : le TPMS au centre

La principale attraction sur le stand de Rema Tip Top était sans aucun doute le thème TPMS. L'entreprise a entre autres exposé un appareil de programmation qui permet de programmer en série des capteurs TPMS grâce aux données des véhicules enregistrées dans la base de données en ligne. L'actualisation du logiciel d'exploitation est garantie à tout moment. En outre, les préparatifs du shop en ligne, où le B2B sera également disponible, battent leur plein, comme l'a expliqué Manuel Morales, chef du service. <

RIHAG : un meilleur soutien aux distributeurs

RIHAG était particulièrement fière de son grand stand, traversé par l'allée. De ce fait, la fréquentation était garantie, car les visiteurs de la halle 7 passaient presque tous par le stand. Le shop en ligne développé récemment, qui permet aux 60 grossistes indépendants de Suisse de servir individuellement leurs clients, a suscité un vif intérêt. « Le Salon nous permet de bien expliquer aux distributeurs en quoi nous pouvons encore mieux les soutenir dans leur travail quotidien », explique Roger Hunzi-



RIHAG entend encore mieux soutenir les distributeurs.

ker, chef du marketing de RIHAG. A côté de la séance photos appréciée avec les hôtes LIQUI-MOLY, les invités ont été gâtés avec un service de restauration généreux : chaque jour un menu copieux différent. <

Stieger Software : gain de temps programmé

« L'année a très bien commencé pour Stieger Software », explique avec un large sourire Stephan Rissi, responsable marketing. Son entreprise, le plus gros fournisseur de logiciels DMS de Suisse, a gagné toute une série de clients l'année passée. Il ajoute que les fabricants « évoluent dans notre direction », ce qui donne de l'espoir. Au Salon, l'attention était portée sur la nouvelle App de réception très prometteuse pour l'entreprise, qui soulage énormément les garagistes et leur fait gagner du temps. Selon S. Rissi, sur le marché depuis 32 ans, la parité de l'euro pourrait bien être le plus gros défi pour l'entreprise. Qu'il ne soit pas le seul n'améliore pas la situation. <



Stephan Rissi est fier de l'appli de réception de Stieger.

Technomag : le Salon pour éveiller l'intérêt

La tablette mega macs était l'un des produits phares du stand spacieux de Technomag. « Outre des diagnostics, elle fournit des données techniques, avec les avantages de la tablette », a expliqué Sébastien Moix, chef marketing de Technomag. Technomag a aussi exposé le mega macs 56 sous forme de PC, qui fonctionne maintenant avec un système d'exploitation Linux. « Au Salon, notre but est de susciter de l'intérêt », affirme S. Moix. « Souvent, les garagistes viennent avec l'idée d'acheter quelque chose pour profiter d'offres spéciales. Avec mega macs, nos offres sont très attractives. » S. Moix est fier des deux produits de la maison Hella Gutmann, mais aussi de son équipe de vente



Au stand Technomag, Sébastien Moix présente la tablette Hella Gutmann.

« motivée et enthousiaste ». Le concept « carXpert » avec le X orange a été présenté pour la première fois. Il permet aux carrosseries, en tant qu'ateliers libres, de bénéficier du grand réseau de la branche. <

Wälchli + Bolliger : des parts de marché dans le viseur

Wälchli + Bolliger AG était venue avec des offres sur mesure pour le Salon de l'Auto, parmi lesquelles la toute dernière génération de porte-vélos de la société Thule, dont Wälchli + Bolliger est la principale importatrice. L'entreprise a bien commencé l'année et ne cache pas son ambition : « Nous entendons gagner des parts de marché en 2015 », déclare Emanuelle Mérinat, la responsable du marketing. Elle est fière de la vaste palette de produits et du fait que 97 % des produits sont immédiatement disponibles et livrables partout en Suisse avec une rapidité fulgurante grâce aux cinq entrepôts régionaux. <



Emanuelle Mérinat montre la toute dernière génération de porte-vélos de Thule.

Nouveau: FGS, la remorque avec essieu élévateur et 100% d'équilibrage

Poids utile à 2,9t

Remorques pour le transport de voitures, carrosseries

Venez notre exposition ou bénéficiez d'une démonstration. Disponible également en modèle compact.

T&W Technik

Dammstr. 16, 8112 Olteningen
 Tél. 044 844 29 62
 www.tgs-fahrzeuge.ch

Logistique locale

■ « Nous sommes en mesure de souligner notre présence et, pour le cas d'Apollo, d'accroître notre renommée », explique Markus Brunner, Country Manager pour la Suisse chez Apollo/Vredestein. « Ce salon est une plate-forme qui nous permet d'accueillir et bichonner nos clients. Je n'ai jamais eu autant de contacts clientèle que pendant ces deux semaines ici ». Le partenariat entre Apollo et Manchester United

devrait aussi promouvoir la notoriété de l'entreprise. Et pour attirer l'attention, le stand Apollo offrirait, parmi les prix du concours de tir, une visite spéciale en Premier League. Pour miser sur l'avenir, M. Brunner considère qu'il est nécessaire d'adopter une « logistique locale forte et pertinente ». Les garagistes tiendront compte du risque financier et ne stockeront plus les pneus en grandes quantités. <



Markus Brunner entend accroître la notoriété d'Apollo.



Wilfried Rulands devant la fameuse enseigne Firestone

Un comeback enflammé

■ Firestone fête en Europe son grand retour. Avec de nouvelles mesures axées sur un groupe cible bien défini, la marque américaine souhaite redorer son blason en Europe. « En 2015, nous voulons grandir, avec Firestone et Bridgestone; c'est notre but », indique Wilfried Rulands, directeur marketing et communication de Bridgestone en Allemagne, Autriche et

Suisse. Les deux marques étaient également présentes au Salon de l'Auto. « Nous présentons nos nouvelles conceptions aux journalistes et aux experts et le consommateur apprend à mieux connaître notre marque », précise-t-il. Après un début 2015 assez hésitant, W. Rulands va de l'avant... direction la période estivale. <

EN DIRECT DU MARCHÉ.

Part of EUROTAXGLASS'S GROUP

Nous recommandons

UN APERÇU COMPLET DU MARCHÉ!

Pour cela :

- des stratégies tarifaires individuelles et des détails pour chacun des véhicules.

- Garni avec le dernier prix proposé sur le marché.

EurotaxPriceAnalyser

Précis. Sur-mesure. Toujours à jour.

EurotaxPriceAnalyser compare automatiquement l'ensemble de votre stock de véhicules avec les prix du marché actuels. Des stratégies de prix dynamiques jusqu'au véhicule en particulier complètent cet aperçu avec tous les détails nécessaires. Ceci n'existe que chez Eurotax. www.eurotaxpro.ch/fr/en-direct-du-marche

EUROTAX

Vers plus de sensibilité

■ « Un stand de pneus sans pneus », c'est ainsi que Continental se présente sur le Salon de l'Auto. Du moins, presque sans pneus: Renata Wiederkehr, manager communication de la marque chez Continental, attire l'attention sur les pneus fabriqués à partir du pissenlit. L'année

a bien commencé, au dire de Sven Saxer, responsable marketing et distribution. « Il est capital d'assurer au client les affaires du printemps, précise-t-il. Nous avons dû donner un bonus supplémentaire mais il est resté constant. C'est le seul moyen pour le garagiste de calculer rai-

sonnablement. » De manière générale, il a remarqué que le travail d'explication autour des pneus d'hiver réalisés ces dernières années porte ses fruits et a modifié la sensibilité des clients. En septembre dernier, le groupe avait lui-même entrepris ce travail de sensibilisation sur sept aires de repos. « C'est dommage que ce jour-là nous ayons eu une magnifique journée d'automne. », lance-t-il avec un sourire. <



Sven Saxer et Renata Wiederkehr



Jürg Rieser à côté du pneu, à l'étude, qui produit de l'électricité.

Un pneu pour de l'électricité

Jürg Rieser, manager et directeur des ventes pour la Suisse chez Goodyear Dunlop, a présenté avec fierté la gamme de pneus de la marque: « 45% de nos pneus ont le label C ou au-dessus ». La demande et la prise de conscience parmi la clientèle augmentent lentement mais sûrement. Chez Goodyear, la part de pneus d'hiver serait de 60%. « J'affirme de-

puis longtemps qu'en Suisse nous avons besoin d'une obligation sur les pneus d'été. Beaucoup d'automobilistes roulent toute l'année avec leurs pneus d'hiver », ajoute-t-il. Goodyear a également présenté une particularité: un pneu qui produit de l'électricité. Il est actuellement au stade de la conception et ne sera pas encore commercialisé. <

N E W S S W W H E E L S



PNEU *Service* **hostettler autotechnik ag**
www.pneu-service.ch





Dieter Jermann recommande aux garagistes d'être actifs.

Passer maintenant la vitesse supérieure

■ Le stand Pirelli au Salon de l'Auto s'est monté, comme ces 15 dernières années, en étroite collaboration avec le siège principal, à Milan. « L'innovation italienne et la qualité suisse », résume Dieter Jermann, directeur du marché suisse. Cette année, le pneu, acteur principal des échanges, est venu se placer davantage au centre de toutes les attentions. « Nous sommes l'équipementier de près de 20 fabricants automobiles de renom et nous présen-

tons pour chacun une roue complète avec jante d'origine. Nous démontrons ainsi le lien entre fabricant et fournisseur de pneus », indique D. Jermann. Il se dit également confiant pour 2015, « malgré les défis qu'elle nous réserve ». Il ajoute que les garagistes suisses ont bien travaillé et ont pu rester dans la course. « Les garagistes doivent maintenant passer la vitesse supérieure en termes de management du pneu et des roues », conseille-t-il. <

Qualité japonaise

■ Yokohama a défrayé la chronique avant même l'ouverture du Salon de l'Auto. Futur sponsor du FC Chelsea, le fabricant de pneus japonais a fait les gros titres, comme l'a constaté Olaf Bartholmä, responsable des ventes. Un pneu Yokohama signé par le capitaine de l'équipe de Chelsea a retenu l'attention des visiteurs, tout comme les nouveautés mondiales qui étaient présentées. O. Bartholmä a avant tout mentionné la « grande qualité de Yokohama ». Selon lui, la précision de la fabrication est très appréciée. Il indique, que l'objectif du salon est aussi

que « le consommateur reconnaisse l'indication pneu japonais haute qualité ». Nous avons voulu toucher les groupes cibles et rencontrer nos amis et partenaires. <



Keishi Hashimoto, président de Yokohama Europe, et Olaf Bartholmä, directeur des ventes Suisse



Evaluation d'occasions sur Internet et par SMS

25
autoⁱⁱ

Les données suisses des véhicules

A N S

Calculez la **valeur**
de votre voiture sur
autoi.ch

Evaluations d'occasions, un jeu d'enfants sur www.autoi.ch*

Mobile

Rapide

Professionnel



1. Choisissez le véhicule



2. Entrez le kilométrage et les options



3. Et vous obtenez la valeur de votre voiture



*Aussi sur smartphone

auto-i-dat ag : nous développons depuis 25 ans des programmes exclusivement pour le marché suisse de l'automobile

CrossClimate, comment répondre aux attentes de sécurité des utilisateurs

Conduire en toute sécurité dans toutes les conditions

En avant-première au Salon de Genève, le groupe Michelin a présenté son innovation mondiale : le pneu qui traverse littéralement tous les climats. Un nom facile à mémoriser : CrossClimate. Un concept qui bouscule les idées reçues : un pneu pour l'été, un pneu pour l'hiver. Michelin se tourne vers les utilisateurs afin de connaître leurs besoins réels. Et cela ouvre une nouvelle ère avec un changement total de paradigme : un pneu qui permet de rouler en toute sérénité toute l'année. Le CrossClimate est né. Jean-Pierre Pasche, journaliste RP

■ Michelin, comme tout pneumaticien renommé, se sert des informations transmises par les utilisateurs pour chercher de nouvelles solutions. Posons notre décor. En été, les automobilistes utilisent un pneu été. En hiver, certains n'hésitent pas à équiper leur véhicule de pneus hiver. Et d'autres, enfin, se tournent vers les pneus All Seasons (toutes saisons). Alors pourquoi créer le CrossClimate? Michelin, dans son étude, a fait la constatation suivante : 65% des utilisateurs européens roulent en pneu été toute l'année. Tant que les routes sont sèches, ou à la rigueur humides, aucun problème de sécurité. Cependant, il n'est pas rare que le temps change au cours d'une journée et que l'on passe d'un beau soleil à une averse de neige. C'est là que le pneu été devient totalement inopérant. Et l'utilisateur se met, lui et les autres usagers, en danger sans en avoir véritablement conscience.

Tester les quatre types de monte sur le même véhicule

Fort de ces constats et des observations des utilisateurs, le groupe Michelin innove en proposant sur le marché un pneu été certifié pour une utilisation hivernale. C'est une première mondiale. Le CrossClimate répond concrètement aux attentes des automobilistes en matière de sécurité et permet une



Les différentes distances de freinage avec quatre types de pneus différents.

simplification de la gestion de leurs pneumatiques. Afin d'illustrer et de mieux comprendre la particularité du CrossClimate, Michelin propose des ateliers où il est possible de tester les quatre types de monte sur un même véhicule. Pour cela, un triathlon est mis en place. Première épreuve : freinage d'urgence sur sol sec. La photo vous donne les résultats. Deuxième épreuve : tourner en rond en augmentant progressivement sa vitesse sur sol mouillé. Le but est d'arriver à ressentir le moment exact où la voiture commence à décrocher. Enfin, la troisième épreuve consiste à démarrer sur une pente enneigée. Sur le rond-point et la neige, le CrossClimate fait jeu égal avec le pneu hiver. En revanche, sur route sèche, le pneu hiver demande 7,60 m de plus en freinage d'urgence (passage de 100 à 0 km/h). Soit l'équivalent de trois passages piétons.

Le CrossClimate ouvre un nouveau marché

Cette réponse aux besoins réels des consommateurs est-elle en adéquation avec les attentes des distributeurs / garagistes? La réaction première est non. Elle pénalise les distributeurs / garagistes sur les ventes, les

montages et les échanges été / hiver. La réaction seconde est oui. Elle ouvre un nouveau marché aux distributeurs / garagistes. 65% des automobilistes européens roulent en pneus été toute l'année. C'est un marché important, sachant qu'en moyenne, un pneu CrossClimate est 7 à 10% plus cher qu'un pneu été. Le distributeur / garagiste retrouve un niveau financier acceptable. Son rôle de conseiller devient primordial lors du choix d'une solution de changement de pneus. Disponible en taille 15 à 17 pouces dès le 1^{er} mai 2015, le CrossClimate couvre la grande majorité des modèles de voitures vendues en Europe.

Conseiller en sécurité routière

Et pour la Suisse? Il n'y a pas forcément de changement aux habitudes. La double monte reste de mise pour une majorité d'automobilistes. Toutefois, une partie des véhicules roulant en Suisse avec des pneus été peuvent migrer vers le CrossClimate dans une optique de sécurité. Le rôle du distributeur / garagiste évolue en devenant de ce fait conseiller en sécurité routière. A suivre dans le n° 5 d'Autoinside l'interview de Jean-Dominique Senard, président de Michelin. <



Agissons contre les moutons noirs !

Indication des prix dans la branche automobile

L'ordonnance du 11 décembre 1978 sur l'indication des prix (OIP, état le 1^{er} janvier 2015) a trois buts fondamentaux : assurer une indication claire des prix, permettre de les comparer et éviter que l'acheteur ne soit induit en erreur. La branche automobile, et à plus forte raison encore les concessionnaires, qui doivent aussi appliquer les directives publicitaires strictes des importateurs, respectent les prescriptions de l'ordonnance pour le bien des consommateurs. Malheureusement, il existe encore et toujours quelques acteurs isolés du marché qui violent l'OIP par une publicité trompeuse et font ainsi un tort considérable à la branche. Tobias Treyer, UPSA

■ On les voit fleurir à tout bout de champ, ces publicités qui promettent des voitures prétendument neuves avec des rabais inouïs, faisant miroiter aux clients une économie de 20, 30 voire 40% par rapport à l'offre locale de voitures neuves. Nombreux sont les clients qui se demandent ensuite ce que les concessions suisses font de faux puisque des tiers parviennent à proposer de telles ristournes.

Ce que le consommateur ignore souvent, c'est que même si le concessionnaire suisse renonçait pour le client à la totalité de la marge brute que l'importateur lui assure sur une voiture neuve, il ne pourrait sans doute que rarement lui proposer plus de 20% de réduction sur un tel véhicule. Ce qui ne signifie pas que les offres publicitaires dont les rabais dépassent la marge brute des vendeurs suisses soient irrecevables en tant que telles. L'importation directe peut tout à fait s'accompagner de réductions de prix notables. Mais il faut toujours inspecter d'un œil critique les annonces publicitaires qui promettent des remises généreuses. Car il y aura toujours des moutons noirs qui, dans leur publicité, comparent des choux et des carottes.

1. Il arrive qu'ils comparent le véhicule qu'ils vendent avec les barèmes de prix des voitures neuves en Suisse, et qu'ils en déduisent des rabais pour promouvoir un véhicule qui, en réalité, n'est pas neuf.

Et, même s'il n'existe pas de définition généralement admise de l'expression « voiture neuve » en Suisse, il est tout de même choquant, du point de vue juridique, de pouvoir proposer une « voiture neuve » à un client en la comparant, en ce qui concerne le rabais promis, au barème des prix d'une véritable voiture neuve en Suisse, alors que le délai de garantie du véhicule proposé court depuis six mois ou que celui-ci a déjà plusieurs milliers de kilomètres au compteur. Quiconque établit des comparaisons avec les prix des voitures neuves en Suisse, et en

dédit des rabais, ne devrait pouvoir le faire que si le véhicule qu'il propose est aussi une voiture véritablement neuve, avec un délai de garantie complet et très peu de kilomètres au compteur.

2. Ces vendeurs peu scrupuleux omettent parfois d'indiquer qu'il s'agit de véhicules d'importation directe.

Or les véhicules achetés en Suisse se distinguent des importations directes par leur équipement, leurs accessoires et les prestations de services gratuites. Il est par conséquent incorrect, juridiquement parlant, de mettre en balance le véhicule importé avec le prix d'une voiture neuve en Suisse, ou de le proposer avec la ristourne déduite de ce prix, alors que le véhicule vendu ne possède pas les qualités de la voiture neuve achetée en Suisse.

Et tandis que les autorités reprochent régulièrement aux importateurs les moindres écarts, les entreprises individuelles fautives, elles, semblent n'avoir à assumer aucune conséquence. De nombreuses réactions adressées à l'UPSA montrent que du côté des offices cantonaux compétents, le dépôt d'une plainte entraîne rarement une réaction concrète. A la tête des offices cantonaux, le Secrétariat d'Etat à l'économie s'est, quant à lui, limité à ce jour à publier une brochure digne d'être lue : « Indication des prix des véhicules automobiles ». Voilà tous les efforts que nous avons constatés.

La Commission des marques de l'UPSA, qui regroupe les associations suisses de concessionnaires, refuse d'avoir à subir plus



On ne peut pas toujours comparer les véhicules d'importation directe et les voitures neuves vendues en Suisse.

longtemps cette situation. La publicité illécite impunie fait beaucoup de tort à la branche automobile dans son ensemble. En outre, on donne en fin de compte aux clients des concessionnaires une image complètement fautive. La Commission des marques de l'UPSA a élaboré un formulaire qui permet désormais à chaque membre de l'Union de signaler en toute simplicité un comportement fautif constaté à l'autorité cantonale compétente. Ce formulaire peut être téléchargé gratuitement par les membres de l'UPSA sur le site par ailleurs très intéressant de l'Union.

L'UPSA et sa Commission des marques encouragent tous les membres à signaler dorénavant toute publicité illicite, et ce afin de redonner le poids qu'elles méritent aux entreprises qui respectent les règles du jeu en faveur du client.

Si, après avoir augmenté notre pression sur eux par ces plaintes, les offices cantonaux ne s'emparent pas du problème avec le sérieux qu'on peut en attendre, cela signifiera que l'OIP, en raison d'une application inconséquente, est un échec, et qu'elle doit donc être remise en cause par la voie politique. <

■ www.upsa-agvs.ch, Rubrique Prestations, Droit et impôts, Ordonnance sur l'indication des prix

FIGAS – Votre professionnel de la branche

Le spectre de l'impôt anticipé

« On peut toujours essayer. Dans le pire des cas, on aura un redressement fiscal. » Par le passé, il est arrivé que des entrepreneurs comme des conseillers aient adopté cette attitude lorsqu'il s'agissait d'économiser sur les impôts. Dans cet article, nous vous montrons pourquoi cette époque doit être définitivement révolue. **Andreas Kohli, FIGAS**

■ Rares sont ceux qui apprécient de payer des impôts. On a donc parfois recours à des expédients peu autorisés pour se dérober à la charge fiscale. Voici quelques exemples de situations de ce type.

Toutes les recettes ne sont pas comptabilisées (par ex. ventes de véhicules d'occasion à des exportateurs, commissions versées par des sociétés de leasing, participations aux excédents, etc.).

Les dépenses personnelles sont imputées à la société (par ex. vacances à la charge de la société, ameublement du logement personnel considéré comme des investissements, etc.).

La contrepartie aux prestations de la société est absente ou insuffisante (par ex. reprise d'un véhicule à une valeur inférieure à la valeur marchande, absence de décompte de la part privée de l'utilisation d'un véhicule professionnel, etc.).

Lorsque ces situations impliquent un actionnaire (dans le cas d'une SA), un associé (dans le cas d'une Sàrl) ou un de ses proches, on parle de prestations appréciables en argent. De telles prestations, lorsqu'elles sont détectées, ont en général les conséquences suivantes :

- redressement sur le bénéfice de la société ;
- redressement sur les revenus de l'actionnaire (similaires à un dividende) ;
- procédure de rappel d'impôt et poursuites fiscales ;
- reprise de la TVA ;
- perception de la TVA.



Les impôts doivent être payés dans les formes, sous peine de conséquences coûteuses.

Dans le cas de prestations appréciables en argent, c'était déjà l'ensemble des impôts qui était en principe dû. Par ailleurs, l'administration fiscale cantonale ne prévenait en général pas ses homologues de Berne (administration fédérale des contributions, divisions de la taxe sur la valeur ajoutée et de l'impôt anticipé). Les autorités sont toutefois désormais tenues de signaler les prestations appréciables en argent aux autres services fiscaux.

Ces prestations sont assujetties à un impôt anticipé de 35% pour les actionnaires et leurs proches. Cet impôt est payé a posteriori par l'actionnaire, ou la société se voit imposer un calcul « brut pour net », ce qui correspond à un taux d'imposition réel de 53,8%.

Conformément à la circulaire n° 40 de l'AFC, l'impôt anticipé n'est remboursé que si les revenus frappés de l'impôt anticipé ont fait l'objet d'une déclaration conforme dans la déclaration fiscale du contribuable. Tout remboursement de cet impôt est exclu si l'administration fiscale découvre des prestations appréciables en argent qui n'ont pas été déclarées.

Conclusion

La somme des rappels d'impôts et amendes fiscales, de l'impôt anticipé, de la TVA et des intérêts moratoires peut se révéler nettement supérieure au montant des prestations appréciables en argent. Seul un comportement irréprochable sur le plan fiscal permet d'éviter de très mauvaises surprises. En cas de doute, il est judicieux de s'adresser à un conseiller fiscal. <

FIGAS – Votre professionnel de la branche
professionnel – discret – personnel



Le Professionnel de la Branche

- Tenue de comptabilités
- Conseil lors de la clôture des comptes
- Révisions ordinaires et restreintes
- Conseil en matière de TVA, impôts directs, déclarations fiscales
- Evaluations d'entreprises et assistance en cas de successions
- Evaluation d'équipements et de biens immobiliers de la branche
- Médiation et suivi (achat/vente) de biens immobiliers du secteur automobile
- Etablissement d'analyses de rentabilité, études de faisabilité, budgets et business plans
- Assistance en gestion d'entreprises
- Conseil en matière de business management

FIGAS Fiduciaire de la branche automobile suisse SA
Mühlestrasse 20 | 3173 Oberwangen
Téléphone +41 31 980 40 50 | www.figas.ch

Une entreprise du groupe OBT

Ce qu'il faut savoir sur les pneus

Freinage rapide, conduite silencieuse, économie de carburant

Dans une voiture, les pneus sont les éléments les plus importants en matière de sécurité. Leurs caractéristiques d'adhérence sur sol mouillé, de résistance au roulement et de bruit de roulement externe sont affichées sur l'étiquette pneus, obligatoire en Suisse depuis août 2014. De plus, ils font actuellement l'objet d'une campagne publicitaire. Enfin, il convient également de tenir compte de l'entreposage et de l'élimination correcte des pneus usagés.

Markus Peter, UPSA

■ Les pneus font l'objet d'améliorations constantes. D'une génération à une autre, les mélanges de caoutchouc optimisés et le profil améliorent leurs performances, leurs propriétés sur route mouillée, leur résistance au roulement ainsi que leur bruit de roulement. Au final, ces évolutions se reflètent dans l'étiquette pneus toujours plus performante ainsi que dans les tests pratiques, menés au plus près de la réalité du terrain.

Campagne publicitaire pour l'étiquette pneus

Afin de faire connaître l'étiquette pneus, les trois Offices fédéraux de l'énergie, des routes et de l'environnement mèneront une autre campagne publicitaire à partir d'avril, sous le slogan « Freinage rapide, conduite silencieuse, économie de carburant ». Des affiches, des bannières en ligne et une page d'accueil (www.etiquette-pneus.ch) illustreront les effets positifs de meilleurs pneus.

Que signifie l'obligation d'étiquetage des pneus ?

Depuis le début de l'année, les pneus des classes C1 et C2 nouvellement mis sur le marché doivent présenter une étiquette pneus. Située sur ou proche de la bande de roulement, celle-ci doit être bien visible et lisible au moment de la mise en vente. Les valeurs

Entreprises d'élimination des pneus usagés recommandées par l'UPSA:

Entreprise	Localité	E-mail	Téléphone	Site Internet
ESA	3401 Burgdorf	info@esa.ch	031 429 00 21	www.esa.ch
G. Marelli AG Pneuhandel	4127 Birsfelden	info@marelli.ch	061 981 27 46	www.marelli.ch
Rubbertec AG	5053 Staffelbach	welcome@rubbertec.ch	062 721 37 65	www.rubbertec.ch
Jura-Cement-Fabriken	5103 Wildegg	info@juracement.ch	062 887 76 66	www.juracement.ch
Häfeli-Brügger AG	5313 Klingnau	info@haefeli-bruegger.ch	056 267 55 55	www.haefeli-bruegger.ch
AABA AG	5620 Bremgarten	info@aaba.ch	079 207 86 61	www.aaba.ch
Pneu Center Schnellmann AG	6032 Emmen	pneucenterschnellmann@bluewin.ch	041 282 26 27/37	www.swisstyre.ch
TraRec AG	6055 Alpnach Dorf	info@trarec.ch	041 666 77 77	www.trarec.ch
Rizzi Giorgio Sagl	6945 Origgio	rp@rpe.ch	079 685 24 43/091 921 49 21	www.rizzigiorgio.ch
PM Ecorecycling SAGL	6850 Mendrisio	pmpneumatici@bluewin.ch	091 630 27 40	www.pmeorecycling.ch
Roma-Line GmbH	8105 Regensdorf	info@roma-line.ch	043 305 80 70	www.roma-line.ch
K. Müller AG Transporte	8304 Wallisellen	info@kmuelleraag.ch	044 878 10 30	www.kmuelleraag.ch
Agir AG, Erasmo Di Fonzo	8910 Affoltern a/A	info@agir.biz	044 762 44 88	www.agir.biz

catégorielles doivent également être indiquées pour les offres en ligne et le matériel publicitaire technique. En revanche, l'obligation de déclaration ne s'applique pas aux panneaux d'affichages, de journaux, de revues, d'émissions de radio ou de télévision ni aux formats similaires en ligne (par ex. les bannières électroniques).

Pour les voitures neuves, les caractéristiques des pneus ne doivent être indiquées que lorsqu'il y a le choix entre différents pneus. Dans ce cas, elles doivent être mentionnées dans le matériel publicitaire technique servant à la commercialisation des pneus proposés. Il en va de même pour les offres de roues complètes.

Élimination des pneus usagés

Pour chaque canton, il existe des exigences strictes relatives à l'entreposage de pneus usagés. L'élimination dépend de l'état du pneu. Il faut différencier les pneus usagés des déchets.

Par exemple, lorsque la profondeur de profil est inférieure à 1,6 mm, les pneus sont considérés comme des déchets soumis à contrôle. Leur élimination ou leur exportation requiert alors une autorisation que les garagistes doivent demander au transporteur ou à l'entreprise d'élimination afin de ne pas engager leur responsabilité en cas d'élimination incorrecte. <

 www.upsa-agvs.ch
www.swisspneu.ch
www.etiquette-pneus.ch
www.veva-online.ch



L'étiquette pneus doit être bien visible.

Le garage CEA du mois

« Les clients adhèrent »

Oberwil (BL) dans la joie et l'allégresse : le garage Autohaus Ryser AG a été élu premier « garage CEA du mois ». Les 85 CheckEnergieAuto que l'entreprise d'Alberto Passeggio a réalisés viennent de la propulser au sommet de ce classement.

Reinhard Kronenberg, rédaction

■ « Au début, nous étions un peu sceptiques, avoue Alberto Passeggio, mais ensuite on s'est lancés et aujourd'hui, on s'est pris au jeu. » Evidemment, après un tel succès, le garage Autohaus Ryser AG, à Oberwil (BL), est celui qui a effectué le plus de CheckEnergieAuto en février et est donc promu « garage CEA du mois ». « C'est incroyable, se réjouit-il, c'est dingue qu'on ait réussi ! » Depuis le mois de février, son équipe vérifie tout simplement tous les véhicules à la vente, quelle que soit leur marque. D'ailleurs, c'est un argument de vente supplémentaire, selon A. Passeggio, et « les clients adhèrent ». Son conseil : il range le certificat CEA avec les papiers du véhicule, où il prend tout son sens. Et il appose un autocollant CEA pour informer la clientèle.

Le CEA comme point de départ

A. Passeggio n'est pas le seul à avoir découvert que le CEA est un point de départ idéal pour engager la conversation sur le thème de la durabilité, avec des clients sensibles à la préservation de l'environnement et à leur consommation de carburant. « A partir de là, on peut tout à fait aborder d'autres su-



Le garage Autohaus Ryser AG est le premier « garage CEA du mois ».

jets tels que les feux diurnes et les ampoules à économie d'énergie ou encore les LED », indique-t-il. Et c'est ainsi qu'il soutient son équipe, sans laquelle rien ne serait possible : « Tu dois avoir ton équipe avec toi et elle doit être en phase avec les produits. »

Il recommande dans tous les cas à ses collègues de prendre à bras le corps ce sujet du CEA. « Il faut l'avoir fait soi-même une fois et ensuite tout s'enchaîne », conclut-il. Il a d'abord été formé au CEA ces dernières années et son garage a été élu garage CEA du mois. Il est passé de garagiste sceptique à ambassadeur convaincu. <

Garage CEA du mois

Afin de donner au CheckEnergieAuto (CEA) toute la visibilité qu'il mérite et de stimuler la concurrence entre les garages CEA, l'UPSA a décidé d'élire dès à présent tous les mois le « garage CEA du mois ». « Cette distinction est attribuée en fonction du nombre de collaborateurs et de checks effectués », précise Markus Peter, Chef Technique automobile & Environnement de l'UPSA. Une formule permet de calculer un quota.

Le garagiste qui obtient le plus haut quota par mois est désigné « garage CEA du mois » et il reçoit la somme en francs correspondant au nombre total de checks effectués dans le mois. Mais attention : il s'agit bien du total de tous les CEA effectués dans le mois, et pas seulement des siens. Par exemple, en février, tous les garagistes CEA ont réalisé au total 542 checks. Le vainqueur reçoit donc la somme de CHF 542.-. Selon Markus Peter, « Cela vaut la peine que des garagistes impliqués motivent également leurs collègues à participer activement. »



**LES HUILES MOTEURS
RÉVOLUTIONNAIRES**
CONÇUES À PARTIR DE GAS NATUREL

SHELL HELIX ULTRA AVEC PUREPLUS TECHNOLOGY | SHELL.COM/PUREPLUS



Le CheckEnergieAuto a déjà permis d'économiser 10 000 tonnes d'émissions de CO₂

« Contribuer au projet »

Le 19 mars, le garage Forellensee de Zweisimmen a fêté la 10 000^e tonne de CO₂ économisée grâce au CheckEnergieAuto. Ce garage ayant recours au CEA est très ancré dans la région, ce qui facilite la vente et le conseil, d'autant plus lorsqu'il s'agit de préserver la nature. Toute l'entreprise est axée sur le développement durable. Reinhard Kronenberg, rédaction



Beat Salzmann a déjà effectué plus de 200 CheckEnergieAuto dans son atelier.

■ « S'il y avait un secret, nous ne le dévoilerions pas. » Le sourire enjoué et le regard pétillant, Beat Salzmann (57 ans) donne une tape sur l'épaule de son fils Dominic. Tous deux sourient. Ils ont effectué plus de 200 CheckEnergieAuto au cours de ces derniers mois. Selon les calculs de B. Salzmann, cela représente une moyenne de trois par jours. « Ce n'est que le fruit de notre travail », déclare-t-il, « le fruit de notre travail et de notre intérêt ». Et selon lui, ce n'est un secret pour personne. Chacun sait aussi qu'un attachement sincère à la durabilité du conseil constitue encore et toujours la meilleure force de persuasion. Père et fils rient à nouveau.

La simplicité naturelle de l'argumentation reflète l'environnement. Nous nous trouvons à Zweisimmen dans le Simmental, quasiment entre Spiez et Aigle, dans une vallée aussi étroite qu'une gorge par endroits, au milieu des collines qui se marient en toute harmonie et des montagnes qui surplombent majestueusement la Simme. Il s'agit de la nature que le compositeur allemand Felix Mendelssohn a un jour décrite comme « la vallée la plus verte d'Europe ». Le garage de B. Salzmann se trouve à l'entrée du village lorsqu'on vient de Spiez, à l'orée d'une réserve naturelle, directement au bord du Forellensee (lac à truites). « D'où, le

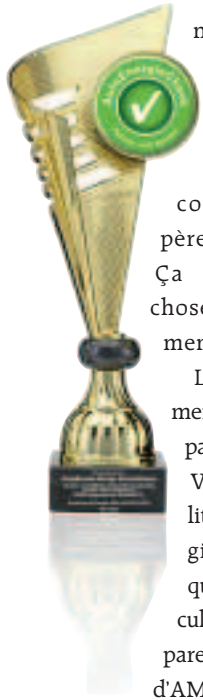
nom de notre garage », explique le patron en ouvrant la fenêtre qui donne sur le lac. « D'ici, on bénéficie assurément de l'une des plus belles vues au monde », précise-t-il avec une pointe de fierté. Il attache beaucoup d'importance au bien-être de ses quinze employés parmi lesquels on compte quatre apprentis.

« On se connaît et on se fait confiance »

B. Salzmann peut être fier. L'entreprise qu'il a développée il y a huit ans est un modèle : depuis le chauffage jusqu'aux postes de travail, le garage répond au standard Minergie, et la gestion des substances telles que les peintures dans la toute nouvelle carrosserie est entièrement axée sur un maximum de durabilité. Même les fils du patron travaillent dans l'entreprise : deux au garage et un à la carrosserie. L'aîné se prépare progressivement à reprendre l'exploitation. « Disons dans cinq ans », déclare B. Salzmann, « même si je n'ai absolument plus rien à apprendre à mon fils ». Et ils rient à nouveau tous les deux. Le garage existe déjà depuis 1957 et a été repris par son patron actuel il y a 20 ans. « C'est pourquoi notre présence est aussi ancrée dans la région », explique Dominic, le fils qui dirige l'atelier. La taille plutôt modeste de la région en termes de



était une évidence ! »



nombre d'habitants et donc de potentiel présente plus d'avantages que d'inconvénients pour l'entreprise. « Ici, les gens se connaissent », explique le père, « et ils se font confiance. Ça simplifie beaucoup de choses comme la vente évidemment, mais pas seulement. »

Le garage Forellensee commercialise la marque Skoda et répare des voitures de tourisme VW ainsi que les véhicules utilitaires. « Cela convient à la région », explique B. Salzmann qui vend tout de même 42 véhicules par an en moyenne. Il compare cette moyenne aux chiffres d'AMAG qui lui fixe également ses objectifs. Personne ne l'entend jamais se plaindre, mais une chose est sûre: le métier de garagiste est parfois ardu et très exigeant à tous les égards. L'entreprise a justement connu des jours difficiles à partir de la mi-janvier. Selon lui, sa bonne relation avec

l'importateur a été d'une valeur estimable pour faire face à la situation : « Les directives étaient claires dès le départ ». Le patron explique que l'importateur, conscient des circonstances économiques, a immédiatement répercuté l'avantage de change, ce qui a eu pour conséquence directe « que les affaires n'ont jamais été aussi simples ».

B. Salzmann est optimiste et persuadé que les garagistes parviendront à relever ce défi. Il s'agit aussi de l'une des impressions qui se dégagent rapidement lorsqu'on se trouve dans son garage : un optimisme qui n'est absolument pas feint puisqu'il est naturel.

Sceptique à l'égard des nouveautés

Que pense-t-il du CheckEnergieAuto ? A l'époque où le projet a été discuté au comité de direction de l'Union professionnelle de



Beat et Martha Salzmann dirigent le garage Forellensee depuis 20 ans.

l'automobile de l'Oberland bernois, il était encore sceptique, explique B. Salzmann, « sceptique à l'égard des nouveautés, comme nous le sommes encore parfois au garage. » Toutefois, il y a vu l'opportunité de prendre part à un projet soutenu par l'Union. « Ce qui n'est pas si souvent le cas », dit-il en riant. Pour lui, sa contribution au projet fut donc rapidement une évidence. Et puisque dans le Simmental, on parle peu et on préfère prendre les choses en main, il est arrivé là où il est aujourd'hui et a été récompensé le 19 mars pour ses efforts en matière de développement durable par l'ambassadeur du CheckEnergieAuto Dario Cologna.





Reto Maurer a reçu le certificat CheckEnergieAuto chez Beat Salzmann.

Explication pour les touristes

Selon B. Salzmann, le CEA est utile à bien des égards : les garagistes sensibilisent leurs clients à leur attitude vis-à-vis de l'environnement, ce qui est généralement bien accueilli dans le Simmental comme ailleurs. « Toutefois, les habitants de notre région sont peut-être particulièrement sensibles au sujet, car notre air compte parmi les plus purs de Suisse », déclare B. Salzmann qui profite de l'occasion pour promouvoir sa région. Ce n'est pas un hasard, car B. Salzmann vit aussi du tourisme : il assure un service de dépannage 24h/24 qui le met régulièrement en contact avec des touristes. Il leur explique à eux aussi certains aspects du CEA, surtout en ce qui concerne la pression des pneus : « la pression des pneus des véhicules provenant d'Allemagne et des Pays-Bas est beaucoup trop faible », dit B. Salzmann. « Nous proposons toujours notre aide en la matière et il est rare que les clients la refusent. » « Chez nous, c'est comme ça qu'on fait », leur dit-il à chaque fois. Ensuite, quand il leur démontre qu'il faut

une personne de moins pour pousser la voiture, « les clients sont encore étonnés ».

La motivation des collaborateurs est primordiale

Pour B. Salzmann, le CEA est un instrument qui renforce davantage sa relation avec le client et permet au garagiste de prouver une compétence supplémentaire tout en se positionnant. Son entreprise effectue le CEA surtout dans le cadre des entretiens réguliers. Chaque véhicule est soumis à ce contrôle tous les deux ans. B. Salzmann estime que la formation dispensée par l'UPSA est de bonne qualité. Il considère que c'est au garagiste de se charger du reste, c'est-à-dire de la motivation des collaborateurs. Il souligne l'importance de la motivation dans la capacité à introduire habilement le CEA dans la discussion quand le client se renseigne de manière approfondie sur l'efficacité énergétique d'un nouveau véhicule. « Dans ce cas, l'intérêt pour le sujet se fait sentir », explique B. Salzmann. Il est particulièrement ravi que



Le garage Forellensee a été récompensé par ce diplôme.

le CEA soit maintenant aussi recommandé sur le prospectus du contrôle de printemps envoyé par l'importateur. Selon lui, l'utilisation de Drive Plus en complément du CEA recèle un certain potentiel, mais pour l'exploiter, B. Salzmann manque tout simplement de temps et de moyens logistiques.

« Cela ne permet pas de gagner gros », explique-t-il. D'après lui, le CEA n'est pas à proprement parler une affaire. Son activité repose surtout sur la vente, l'atelier, la nouvelle carrosserie et le service de dépannage. « Même si le CEA ne nous rapporte rien, nous faisons quelque chose au profit de l'environnement », déclare le patron. Son attachement à ses racines et son respect de la nature découlent naturellement de ses origines. B. Salzmann a grandi dans une exploitation agricole. Comme il l'explique, la protection du paysage a toujours été quelque chose de naturel pour lui. « En réalité, nous n'en avons jamais beaucoup parlé, nous l'avons tout simplement fait. »

Typique du Simmental. <



L'entreprise familiale Salzmann : Beat et Martha à l'avant, leurs fils Dominic, Roger et Patric (de droite à gauche) à l'arrière.

« Un souper pour toute la famille »

Une part du succès du CheckEnergieAuto (CEA) revient également à Reto Maurer (34 ans), originaire d'Oberwil dans le Simmental, grâce à qui la barre des 10 000 tonnes de CO₂ économisées a été franchie. En effet, le CEA en question a été effectué sur son véhicule, une VW Passat. Il s'agit d'un véhicule appartenant à Lörtscher AG, la société qui emploie R. Maurer et qui a soumis ses 13 véhicules au CEA. Le lutteur économise jusqu'à un demi-litre au 100 kilomètres grâce au CEA et recommande ce dernier comme solution idéale « pour épargner activement de l'argent en conduisant, tout en préservant l'environnement ». Cette économie lui permet de s'offrir « un savoureux souper avec toute sa famille ».

SWICA soutient ses assurés dans la promotion de leur santé

Manger sainement malgré le stress

L'agenda plein, l'estomac vide : vite, un sandwich sur le pouce et quelques sucreries entre deux rendez-vous. Avec le rythme effréné du quotidien, manger sainement s'avère souvent une gageure. SWICA vous donne quelques conseils qui vous aideront à garder une alimentation équilibrée. SWICA

■ Plus que jamais, les entreprises demandent la performance. Certains employés réagissent à cette exigence de manière inadéquate et oublient de s'alimenter de façon équilibrée et régulière. Il en résulte souvent une surcharge pondérale. Les conséquences possibles sont bien connues : diabète et maladies cardiovasculaires. En général, le personnel des grandes entreprises a la possibilité de se restaurer à la cantine. L'employeur peut ainsi exercer une influence directe sur l'alimentation de ses employés.

Moins de produits industriels pour une meilleure hygiène de vie

Contrairement aux grandes entreprises, une grande partie des PME ne disposent pas de restaurants du personnel. Beaucoup de collaborateurs n'ont pas les moyens de déjeuner au restaurant. A la pause de midi, ils vont alors s'acheter des plats souvent peu équilibrés au supermarché ou à un comptoir de vente à emporter, des solutions qui ne valent guère mieux que les produits industriels. Ces plats contiennent en effet une grande quantité de sucre et de graisses cachées. Ils sont souvent consommés avec une boisson sucrée qui constitue une véritable bombe de calories. En mangeant moins de produits de ce genre et en renonçant aux sodas et aux boissons trop sucrées, vous améliorez considérablement votre hygiène de vie.

Prévoir suffisamment de temps pour manger

Pour se nourrir sainement, il faut également prendre suffisamment de temps pour la pause déjeuner. Les salariés qui exercent une activité physique ont des besoins énergétiques plus importants. Pour compenser, ils peuvent manger un en-cas, à condition que leur employeur leur accorde des pauses nécessaires. Des collaborateurs en bonne santé réalisent de meilleures performances, un avantage pour l'employeur.

Manger sur le pouce, oui mais sainement

Les personnes qui exercent une activité physique pénible ont besoin d'apports énergétiques plus importants. Elles peuvent couvrir ces be-



Une alimentation saine aide à lutter contre le stress.

soins par la consommation de glucides que l'on trouve dans les fruits ou le pain, deux produits peu onéreux vendus au rayon frais des supermarchés. La grande distribution propose par ailleurs des barquettes de fruits et de légumes prélavés et prédécoupés qui peuvent être facilement « picorés » pendant vos déplacements. Vous voyez, il est possible de se nourrir rapidement sans nuire à sa santé. Même la préparation d'un sandwich contenant des ingrédients équilibrés ne prend pas beaucoup de temps.

Rester en bonne santé avec SWICA

SWICA soutient ses assurés dans la promotion de la santé et la prévention des maladies. Dans le cadre des assurances complémentaires, SWICA offre à ses clients de généreuses contributions qui permettent d'obtenir des conseils en nutrition et de participer à des activités de remise en forme, comme des cours axés sur le sport ou la détente. Les assurés de SWICA

peuvent également profiter de prestations de santé gratuites. Dans le cadre du service de conseil par téléphone sante24, des médecins et des professionnels de la santé se tiennent en effet à la disposition des assurés 24 heures sur 24, 365 jours par an, en quatre langues. Tél. +41 (0)44 404 86 86. <

Profitez de vos avantages dans le cadre du partenariat de SWICA avec l'UPSA.

www.swica.ch/fr/upsa



INFO

L'assurance collective des frais de guérison de la CSS

Un partenariat qui en vaut la peine à plus d'un titre

Avec l'assurance collective des frais de guérison, la CSS Assurance offre des réductions de primes attractives dont profitent également les membres de l'UPSA. css



Toute la famille est assurée par la CSS.

■ La CSS Assurance et l'UPSA ont conclu un contrat collectif pour les frais de guérison. Ce dernier apporte des avantages évidents aux assurés. Compte tenu de la pression constante sur les salaires, tant les employés que les employeurs peuvent profiter d'une telle solution. Etant donné que plusieurs personnes sont incluses dans le même contrat collectif et partagent ainsi les risques, les coûts de la santé peuvent être réduits grâce à l'amélioration de la structure du risque. Cet avantage sera répercuté sur les assurés sous forme de rabais dans les assurances complémentaires choisies.

Même les membres de la famille en profitent

En tant que propriétaire d'un garage, vous pouvez à tout instant conclure un contrat collectif d'assurance pour les

frais de guérison sous le contrat-cadre de l'UPSA. Non seulement tous les employés profitent des réductions de primes, mais aussi les membres de leurs familles. Vous n'avez aucune obligation en tant qu'employeur, chaque employé étant libre de s'affilier ou pas. Sachez encore que vous n'avez aucun aperçu des différentes couvertures d'assurances de vos employés ; la protection des données est en effet garantie à tout moment.

Accès à une offre complète

Être assuré à la CSS apporte beaucoup d'avantages. En tant qu'assureur leader, la CSS profite d'une base financière solide et stable. Elle dispose d'un réseau étoffé avec près de 120 agences réparties dans toute la Suisse. Cela permet de vous offrir près de chez vous un conseil en tous points personnel. Comme tous les

assurés, les assurés collectifs ont aussi accès à une offre complète de produits et de services de la CSS. Ainsi, vous pouvez aussi profiter de modèles intéressants et favorables dans le domaine de l'assurance obligatoire. Des contributions pour la promotion de la santé font également partie du standard tout comme un conseil téléphonique médical gratuit 24 heures sur 24.

Dans le cadre de l'assurance complémentaire, la CSS propose aussi des variantes attractives. Avec le produit d'assurance myFlex, vous pouvez choisir une solution individuelle adaptée à vos besoins et à votre budget. myFlex est un complément parfait de l'assurance ambulatoire et d'hospitalisation ainsi que de l'assurance pour la médecine alternative et les soins dentaires.

Grâce à une grande liberté de choix et de possibilités de changement, la couverture d'assurance peut être adaptée idéalement à votre situation de vie actuelle : la CSS garantit un conseil personnalisé et adapté à vos besoins. Ce n'est pas un hasard si la promesse de marque de la CSS est « en tous points personnelle ». <



CSS

Assurance

Votre agence près de chez vous se fera un plaisir de vous orienter dans vos besoins :

www.css.ch/agence



INFO

PostCard Creator, l'outil de création en ligne de publipostages par carte postale de la Poste

La publicité en toute simplicité

C'est à nouveau la panique au garage : une fois de plus, tous les clients veulent retirer leurs pneus d'hiver la même semaine suite au changement météo soudain, qui annonce également l'arrivée à grands pas de l'expo de printemps. Le problème est que personne n'a encore eu le temps de s'occuper des invitations et des informations sur le site web ... La Poste

■ Les tâches qui s'accumulent toujours sur le bureau d'Anne Menz sont celles qui ne font justement pas partie de ses compétences clés. « Mais, n'ai-je pas lu quelque chose à propos d'un outil en ligne ? » se demande-t-elle. Remplie d'espoir, elle remue les montagnes d'affaires en attente sur son bureau. Oui ! Tout à fait ! L'outil s'appelle PostCard Creator et permet de concevoir en toute simplicité des cartes postales et de les envoyer en un seul clic. Est-ce simple ? Est-ce quelque chose qui lui convient ? Après tout, elle n'est ni graphiste, ni informaticienne. Hésitante, elle allume son ordinateur, saisit l'adresse web et regarde l'écran, sceptique.

Plus facile qu'elle ne le pensait

L'enregistrement, voilà une bonne chose de faite. La sélection comprend des flyers et des cartes postales de tailles et de formes différentes. Les flyers seraient pratiques, ils pourraient être posés dans le magasin et distribués dans les boîtes aux lettres des habitants locaux. Une carte postale avec possibilité de réponse, peut-être pour un bon d'essai de conduite ? Ce serait idéal pour les clients actuels, pense-t-elle. Raymond Hauser l'interrompt dans ses pensées en lui demandant : « Tu as déjà écrit la lettre d'invitation ? » « Ah, non, pas encore, mais si on le faisait au moyen d'une carte postale ? » Son chef est d'abord hésitant, mais finit par donner son accord. Elle commence alors à envoyer des photos et à les placer sur le recto et le verso de la carte postale virtuelle. Et en effet, tout est très simple. Elle rédige une ébauche de texte d'invita-



Et en quelques jours seulement après l'envoi des données, des cartes de qualité arrivent chez les destinataires.

tion, l'envoi sur le site et le place à l'endroit approprié. « Ça a l'air tout à fait convenable », murmure-t-elle. Elle termine la carte après avoir travaillé avec concentration, alors que les premiers clients arrivent. Anne Menz enregistre sa création en prévoyant de continuer à y travailler le jour suivant.

Un bouton pour l'impression

Deux jours plus tard, la carte d'invitation est prête à être imprimée. Elle a investi une heure supplémentaire pour polir le texte et placer les images. Le téléchargement des adresses fut facile et rapide. La personnalisation a duré un peu plus de temps, car elle n'a pas remarqué

d'emblée qu'elle devait ajouter le titre après l'adressage, sous « Composer ». « Erreur de débutante », pense-t-elle avec indulgence. Son chef se réjouit : « Beau résultat », la félicite-t-il. Il ne reste plus qu'à sélectionner le mode d'expédition et la carte part à l'impression. Même la distribution ne demande aucune action supplémentaire. Les seuls efforts qu'Anne Menz doit encore fournir seront consacrés à la coordination des essais de conduite... <

Rabais spécial pour les membres de l'UPSA

En tant que membre de l'UPSA, vous profitez du partenariat avec la Poste. Vous bénéficiez d'un rabais de 5% sur le prix de production des publipostages que vous réalisez via PostCard Creator. Pour cela, il suffit de saisir le code promotionnel memagvs311215 à l'étape 4 « envoi ».

Utilisations possibles des publipostages par carte postale

- Information sur les nouveaux modèles
- Invitations à tester des véhicules
- Rappel du contrôle printanier ou hivernal
- Offre de bienvenue aux personnes nouvelles



Poste CH SA
PostMail
Viktoriastrasse 21
3030 Berne
Téléphone 0848 000 025
postcardcreator.ch@poste.ch

www.post.ch/postcardcreator

INFO

AutoScout24 optimise son site Internet et propose de nouvelles fonctionnalités

Une publicité optimisée pour des ventes accélérées

Récemment remanié, le site Internet d'AutoScout24 se veut plus moderne et plus structuré. La plus grande place de marché en ligne de Suisse pour les véhicules neufs et d'occasion simplifie ainsi davantage encore la publication d'annonces et la recherche de véhicules. Par ailleurs, un nouveau design offre des fonctionnalités supplémentaires aux clients professionnels. AutoScout24

Une portée unique en Suisse

Avec près d'un million d'utilisateurs par mois, AutoScout24 est le canal idéal pour l'achat ou la vente d'un véhicule neuf ou d'occasion. Une portée de plus de onze millions de visites par mois (source : Net-Metrix) : aucune autre plate-forme ne vous offre cela en Suisse. Vous pouvez utiliser ce potentiel unique de plusieurs manières pour votre réussite. Outre la vente directe via les annonces, AutoScout24 offre de nombreuses possibilités attrayantes de publicité en ligne. Profitez dès maintenant du plus grand public de Suisse intéressé par les voitures.

The screenshot displays the AutoScout24 website interface. At the top, there's a navigation bar with 'AUTO SCOUT24' and 'Aujourd'hui avec 155 897 véhicules'. Below this is a search bar with 'Recherche', 'Insérer', 'Magazine', and 'Mon AutoScout24'. The main content area features a search filter panel on the left with fields for 'Valeur', 'Marque', 'Modèle', 'Année (de)', 'Carburant', 'Kilomètres', 'Cylindres', and 'Transmission'. A large, prominent banner on the right reads 'LEASING EURO 1.20%'. Below the search area, there's a grid of six car listings, each with a small image, a car model, and key specifications like price and location.

■ Grâce à ce nouveau look, AutoScout24 se focalise en permanence sur les besoins actuels des utilisateurs. Pour leur permettre de trouver ce qu'ils recherchent le plus rapidement possible, la conception du site et la navigation ont été retravaillées. Doté d'une police plus grande, le site gagne en lisibilité et en clarté. Désormais, davantage d'espace est accordé aux photos. Les offres sont ainsi présentées de manière encore plus attrayante et le vendeur a plus de chance de trouver rapidement un acheteur pour son véhicule.

Priorité à l'utilisateur

Les derniers résultats des recherches en matière de fonctionnalité ont été pris en compte lors du remaniement de l'interface. Les nouveaux utilisateurs peuvent donc, eux aussi, s'orienter immédiatement sur le site grâce aux nouvelles aides visuelles, notamment aux mises en relief au moyen de couleurs et au masque de recherche plus clairement structuré, ainsi qu'aux rubriques et éléments de menu dont la présentation a été optimisée.

Fonctionnalité et esthétique s'associent ainsi dans un design convivial, compatible avec les appareils les plus divers. Christoph Aebi, directeur d'AutoScout24 nous explique : « Avec cette nouvelle interface, nous proposons un meilleur service aux clients et les photos, plus grandes, suscitent davantage d'émotions. Nous allons intégrer d'autres améliorations, en particulier dans l'espace concessionnaires, que nous mettrons en ligne au cours des mois à venir. »

Les chiffres, tous visibles en un coup d'œil par le concessionnaire

L'amélioration des rapports constitue la principale nouveauté de l'espace concessionnaires. Cette analyse du parc de véhicules permet au concessionnaire de voir en un coup d'œil tous les chiffres importants concernant ses annonces sur



L'équipe de vente d'AutoScout24



La grande nouveauté dans l'espace distributeur : le rapport optimisé.

AutoScout24: à quelle fréquence les personnes effectuant une recherche ont-elles regardé son annonce? Combien d'e-mails de contact ont été générés? A quelle fréquence a-t-il reçu des appels?

Une autre partie du rapport concerne les statistiques, par exemple le nombre de consultations d'annonces. Pour que le concessionnaire dispose ici d'une valeur de comparaison, nous y affichons la valeur moyenne de l'ensemble de la plate-forme AutoScout24. Celui-ci peut alors voir si la performance de ses annonces correspond au comportement actuel du marché.

L'aperçu des véhicules actuellement disponibles à la consultation sur AutoScout24 est présenté avec des diagrammes. Cela permet de voir en un coup d'œil les véhicules présentant un potentiel d'amélioration ou dont l'annonce a besoin d'être modifiée – par exemple en téléchargeant d'autres photos ou en changeant le prix.

Une synthèse automatique par e-mail

A partir d'avril 2015, les membres d'AutoScout24 pourront utiliser les rapports optimisés. Ils auront par ailleurs la possibilité de recevoir régulièrement une synthèse de ces chiffres par e-mail. Il s'agit d'une méthode attrayante permettant de rester constamment informé de la performance de ses offres sur AutoScout24, en particulier pour les concessionnaires travaillant, via des interfaces, avec la plus grande place de marché en ligne pour les véhicules en Suisse. Grâce à son nouveau système de navigation et à ses rapports optimisés, AutoScout24 simplifie et accélère encore l'achat et la vente de véhicules. Un avantage pour les utilisateurs finaux et pour la branche automobile suisse. <

Une publicité ciblée avec 15% de rabais

Jusqu'au 30 avril 2015, vous bénéficiez d'un rabais supplémentaire de 15% sur l'ensemble des formats de publicité en ligne d'AutoScout24. La plus grande place de marché en ligne pour les véhicules neufs et d'occasion en Suisse vous propose ainsi des formats publicitaires efficaces et économiques, vous permettant de vous adresser à des clients potentiels pour réduire rapidement le stock de voitures en raison de la situation monétaire.

www.autoscout24.ch

Stieger Software AG

Stieger sur la tablette

Cette année, le point fort de la présence au Salon de Stieger était sa nouvelle application de réception, l'outil « app-solument » génial pour la réception mobile de véhicules. Les clients et les personnes intéressées ont été invités grâce à un mailing par tablette en plusieurs étapes, au cours duquel l'utilisation centrale de l'application a été clairement mise en évidence. Résultat : économie de temps et gain d'argent ! Les visiteurs ont donc découvert en détail sur la tablette l'application innovante et entièrement intégrée au logiciel DMS Stieger. « Nous sommes ravis de voir l'intérêt que suscite notre application de réception Stieger. Nous sommes ainsi en mesure de répondre aux besoins en mobilité croissants de nos clients également au niveau de l'informatique » déclare Stephan Rissi, directeur des ventes et du marketing. Un des moments forts était le concours « app-solument ga-



Stand de Stieger Software AG dans la halle 7 au Salon de l'Auto de Genève.

gnant ! », parfaitement adapté au thème du Salon, au cours duquel les visiteurs ont pu tenter leur chance et gagner l'une des trois superbes tablettes. « Pour le lancement of-

ficiel de notre innovation la plus récente, le Salon de l'Auto était la plate-forme parfaite et « app-solument » réussie » résume Stephan Rissi avec un sourire. <

Une nouvelle formation

« Restaurateur(trice) de véhicules »

L'UPSA informe ses membres sur les nouveaux modules de formation pour les restaurateurs de véhicules et sur les champs d'activité possibles autour des ateliers pour voitures anciennes et de l'autopartage.

Les événements auront lieu aux dates suivantes :

- 27.05.2015: Ecole professionnelle BBB de Baden
- 16.06.2015: Gewerblich-industrielle Berufsfachschule Ziegelbrücke
- 22.06.2015: Centre de formation de l'UPSA Muttenz
- 29.06.2015: STFW Winterthour

01.07.2015: UPSA Mobilcity Berne

06.07.2015: Centre de formation de l'UPSA
Section Suisse centrale Lucerne/Horw

07.07.2015: Centre de formation de l'UPSA St-Gall

Programme :

- 18 h 00 à 19 h 00 Infos sur la formation modulaire pour les restaurateurs de véhicules
- 19 h 00 à 19 h 15 Pause
- 19 h 15 à 20 h 15 Infos sur l'autopartage pour une mise en œuvre dans la branche de l'automobile

Groupes cibles :

- directeur / propriétaire
- conseillers(ères) de service à la clientèle
- collaborateurs(trices) techniques à l'atelier (formation continue)

• conseillers(ères) de vente automobile
Dans l'édition de mai d'AUTOINSIDE, vous trouverez un rapport détaillé de ces soirées. Inscrivez-vous dès aujourd'hui à l'une des soirées de votre région. Places limitées.

i www.agvs-upsa.ch/berufsbildung/agvs-business-academy/infoveranstaltung-fahrzeugrestaurator-carsharing

Des innovations qui simplifient le quotidien

Votre ESA lance de nouveaux produits numériques

Cette année, au Salon de l'Auto, ESA a présenté son nouveau configurateur de roues ainsi qu'un nouvel outil de rendez-vous en ligne. Ces innovations simplifieront grandement le quotidien des garagistes et apporteront une véritable valeur ajoutée dans les entreprises. ESA

Le nouveau configurateur de roues : simple comme bonjour !

Il est plus en plus difficile de choisir les pièces adéquates pour chaque type de véhicule. Les commandes erronées font perdre du temps et de l'argent au client et au fournisseur.

C'est pourquoi ESA a investi dans le processus de commande des

boutiques en ligne, l'élevant ainsi à un tout autre niveau ! Il est aujourd'hui possible, en fonction de la définition du véhicule, via son homologation ou ses spécifications par exemple, d'afficher les pneus, les jantes, et désormais aussi les capteurs TPMS appropriés. Lorsque le garagiste sélectionne une jante, il voit immédiatement quel sera son aspect, avec les bonnes couleurs, sur le véhicule choisi.

La recherche de pneus aussi a encore été simplifiée. Grâce à la recherche rapide, la personne qui commande n'a plus qu'à saisir la dimension et la marque pour que les pneus adéquats s'affichent en un éclair. Enregistrez-vous dès à présent sur esashop.ch pour tester ces fonctionnalités !

Outil de rendez-vous en ligne de SHORE : pour une gestion impeccable du client

Avec le nouveau logiciel de SHORE, les clients finaux peuvent fixer leur rendez-vous au garage aisément et rapidement, sur leur PC à domicile, ou sur un smartphone ou une tablette en déplacement. L'outil est intégré au site web du garagiste et les clients accèdent directement au logiciel. Grâce à des rappels automatiques par SMS ou par e-mail, il devient difficile de rater un rendez-vous ! Avec ce logiciel, les garagistes

avec
ESA+ **TECAR**
pour être plus forts

sont encore mieux reliés à leurs clients finaux et peuvent leur envoyer rapidement et facilement des informations sur les événements à venir ou des promotions particulières (par ex. une offre pour un contrôle de la climatisation). Une véritable valeur ajoutée ! Le logiciel peut être obtenu via ESA, par abonnement, et à un prix spécial. L'assistance et l'installation sont prises en charge par l'entreprise SHORE.

Le collaborateur compétent du service extérieur d'ESA se tient à votre disposition pour tout conseil ! <





NEVER
STOP
LEARNING

UPSA Business Academy 2015

APRIL

Workshop DAB+ Digitalradio, nachmittags

Die Chancen für die Automobilindustrie und die Gründe für DAB+ Digitalradio sind vielfältig. Melden Sie sich jetzt an, wenn Sie mehr über DAB+ Digitalradio im Auto erfahren möchten.

- > 14. April 2015, Bern
- > 7. Mai 2015, Bern

Drehbuch für den Erfolg, 1 Tag

Intensivworkshop mit individuellem Umsetzungscoaching

In diesem Intensivworkshop lernen Sie die Basics für Ihr persönliches Erfolgskonzept, die Denkmodelle und das Rüstzeug für die Umsetzung im Alltag.

- > 15. April 2015, Bern

MWST Fortsetzungs- und Vertiefungskurs, 1 Tag

Der Kurs soll bei den TeilnehmerInnen die korrekte Anwendung der MWST fördern. Anhand von praxisbezogenen Fallbeispielen und im Dialog mit dem Referenten kann das Wissen vertieft werden. (Voraussetzung: Grundkurs)

- > 29. April 2015, Winterthur

Eurotax AutowertPro-Kurs, 1 Tag

Sie lernen alle Möglichkeiten der Benutzereinstellungen kennen, nutzen das AutowertPro als Kundeninformationssystem und für die Verkaufsförderung (CRM).

- > 29. April 2015, Bern

MAI

Eurotax AutocalcPro-Kurs mit Eurotax-RepairEstimate, 1 Tag

Dieser Kurs vermittelt neuen Mitarbeitern

oder Anwendern mit AutocalcPro und EurotaxRepairEstimate Erfahrung, vertiefte Informationen zu allen Programmteilen.

- > 7. Mai 2015, Bern

Facebook, Xing und Twitter für Autoverkäufer, nachmittags

Speziell für die Automobilbranche konzipiert. Social Media ist nicht nur für Kunden ein wichtiger Informationskanal, sondern kann ganz gezielt von jedem Verkäufer zur Verkaufsunterstützung, Kundenpflege und für Branchen Know-How eingesetzt werden.

- > 7. Mai 2015, Winterthur

Occasionsmanagement, 1 Tag

Für Automobilverkaufsberater: Ausstellung sowie Präsentation der Occasionen. Den gesamten Eintauchprozess erarbeiten. Bestandsmanagement von Occasionen. Dynamische Preisstrategie anhand von Beispielen auf den Internetplattformen aufzeigen und erarbeiten. CRM Kunden gewinnen und Kundenbindung.

- > 12. Mai 2015, Bern

Instruction électrique pour les systèmes haute tension dans les véhicules électriques et hybrides, 2 journées

Cours UPSA / Electrosuisse : vous créez des conditions préalables sûres pour les travaux à effectuer sur les installations électriques de ce type de véhicules.

- > 12 et 13 mai 2015 à Paudex / Crissier

Elektro-Instruktion für Hochvolt-Systeme in Elektro- und Hybridfahrzeugen, 2 Tage

Dank dem 2-tägigen Kurs «Elektro-Instruktion

für Hochvolt-Systeme in Elektro- und Hybridfahrzeugen» werden Sie bereits heute darauf vorbereitet, um sichere Voraussetzungen für Arbeiten an der elektrischen Anlage dieser Fahrzeuge zu schaffen.

- > 21. bis 22. Mai 2015, Bern

JUNI

SwissGarage Betriebswirtschaftssimulation, 1 Tag

Swiss Garage simuliert einen Schweizer Garagenbetrieb und zeigt die Stellhebel auf, die zur Verfügung stehen, um die Profitabilität zu verbessern.

- > 3. Juni 2015, Dietlikon

Fit fürs Telefon: Heisser Draht statt lange Leitung, 1 Tag

Professionelles Telefonieren ist anspruchsvoller, als man denkt. In vielen Firmen findet ein grosser Teil des Kundenkontaktes am Telefon statt. Deshalb ist es besonders wichtig, dass Sie wissen, worauf es ankommt. Sie lernen, was Sie beim Telefonieren erfolgreich macht und wie Sie durch Ihr kundenorientiertes Verhalten wesentlich zu einer soliden Kundenbeziehung beitragen.

- > 9. Juni 2015, Bern

Automobil-Verkaufsberater/in mit eidg. Fachausweis

Wir machen aus Talenten Profis – legen Sie den Grundstein für eine steile Verkäufer-Laufbahn!

Start Lehrgang am 20. August 2015

Die Weiterbildung zum Automobil-Verkaufsberater macht Sie kompetent für die komplexen heutigen Anforderungen im modernen Automobilhandel und unterstützt Sie dabei, in der täglichen Verkaufspraxis marktorientiert und betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln.

- > Infoabend am 28. Mai 2015 ab 18.00 Uhr in der Mobilcity in Bern

Die Kurse sind in der jeweiligen Kurs Sprache ausgeschrieben. Les cours sont proposés dans la langue correspondante. D'autres cours seront proposés ultérieurement. Mise à jour sur www.upsa-agvs.ch.

EDUQUA



www.upsa-agvs.ch,
rubrique : Cours/manifestations



Application des directives CFST 6508 prévues par la loi

Formation continue PERCO

Grâce à la SAD, à ses formations courtes mais intenses et aux journées d'échange d'expériences comme formation continue, vous êtes en permanence à la pointe de l'actualité et préparé en cas de contrôle. Vous recevez en outre des outils appropriés et des dossiers d'actualité. **Manuela Jost et Karl Baumann, UPSA**

■ A quand remonte votre dernière formation continue portant sur la sécurité au travail et la protection de la santé? A long-temps probablement, ou alors il n'y a plus personne en charge de ce domaine dans l'entreprise. En adhérant à la solution par branche de la branche automobile et des deux-roues (SAD), vous bénéficiez également de formations continues, car les cours PERCO (et les journées d'échange d'expériences) sont inclus dans la cotisation annuelle.

Les interlocuteurs responsables de la sécurité au travail (PERCO) sont tenus de se perfectionner en permanence.

Nous vous recommandons de participer au moins tous les deux ans à une formation d'une demi-journée, vous serez ainsi toujours à la pointe de l'actualité sur la sécurité au travail et la protection de la santé et disposerez d'une attestation en cas de contrôle.

Les échanges d'expériences d'une demi-journée sont organisés chaque année au niveau régional par la SAD dans différents lieux en Suisse. Vous trouverez le programme actuel sur notre site Internet: www.safetyweb.ch. Différents sujets sont



Cours SAD au Mobilcity à Berne.

proposés (règles de sécurité en entreprise, check-lists pour la détection de dangers: trébucher/tomber, enfoncer/couper, solution en ligne «asa-control») et régulièrement actualisés. Profitez de notre offre!

Votre entreprise n'a pas encore adhéré à la solution par branche? Contactez-nous! **Les membres de l'UPSA bénéficient d'un rabais sur la taxe d'entrée et la cotisation annuelle de la SAD. <**

Organisme responsable de la solution par branche de la branche automobile et des deux-roues SAD

Wölflistrasse 5
Case postale 64
3000 Berne 22
numéro gratuit 0800 229 229
info@safetyweb.ch

www.safetyweb.ch



INFO



**N'oubliez pas:
de compléter continuellement
et d'en discuter à la fin de
chaque semestre les contrôles
et rapports de formation**

Informations et téléchargements: www.agvs.ch, rubrique Formation et formation continue, Formation professionnelle initiale, choisir la profession, puis le document

 **UPSA | AGVS**

Union professionnelle suisse de l'automobile
Unione professionale svizzera dell'automobile
Auto Gewerbe Verband Schweiz

Chemuwa Autozubehör AG

www.chemuwa.ch

> Nouvelle roue ECE 16 pouces et individualisations

Irmscher, le spécialiste en tuning de Remshalden, s'intéresse depuis quelques années aux monospaces et leur a même dédié un nouveau département au sein de son entreprise, Irmscher Van Systems. La ligne de produits Irmscher pour la nouvelle Opel Vivaro propose déjà, dès le lancement sur le marché, une vaste gamme d'individualisations.

Nouveauté au programme : une roue en aluminium de 16 pouces, baptisée Nova, et proposée en différentes finitions de surface, dont la variante exclusive la plus remarquable est celle qui présente une surface polie au diamant. Outre ses propriétés techniques et son esthétique particulière, cette roue Irmscher a ceci de particulier

qu'elle remplit toutes les certifications européennes et qu'elle a reçu, par conséquent, le label ECE.

Irmscher propose également un nouveau pare-buffle à la norme CE et des marchepieds ovales. Toutes les pièces sont confectionnées en acier inoxydable poli de haute qualité.

Avec ces nouvelles pièces, l'Opel Vivaro est encore plus attractive. Ces éléments peuvent s'obtenir auprès de tous les concessionnaires Opel Irmscher en Suisse. <



L'Opel Vivaro individualisée

MEWA Service AG

www.mewa.ch

> Les peluches deviennent des matériaux isolants

Comment économiser deux fois plus de ressources avec un matériel réutilisable et écologique ? La fabrique de textiles MEWA le montre : elle produit cinq nouvelles lavettes par seconde et 108 millions de lavettes en peluche par an. Ces lavettes peuvent être réutilisées jusqu'à 50 fois.

Afin que la production soit conforme à la réutilisation écolo-

gique des lavettes dans l'industrie, elles sont produites en ménageant tout particulièrement les matières premières. Les lavettes contiennent près de 50% de fils recyclés issus de la même fabrique. Les peluches de coton produites au moment du tissage sont elles aussi réintégrées dans le circuit des matériaux : des nettoyeurs mobiles automatisés aspirent les peluches et les collectent. Ainsi, chaque année, près de 72 tonnes de peluche sont rassemblées, puis, dans une étape ultérieure de traitement, transformées en matériaux isolants utilisables dans l'industrie automobile.

MEWA fournit des lavettes de nettoyage réutilisables à environ 120 000 entreprises en Europe, ce qui équivaut à près de 945 millions de lavettes par an, traitées puis relivrées aux clients. <



La fabrique de textiles MEWA, en Allemagne, produit des lavettes de nettoyage pour les besoins de toute l'Europe.

DLW

www.ravasicorse.ch

> Une exclusivité à petit prix

Uros, la nouvelle roue de la marque italienne haut de gamme, séduit par sa simplicité et son élégance. Sa construction et ses rayons très en avant font paraître la roue nettement plus grande.

Plusieurs largeurs de jantes peuvent être combinées avec des modèles très concaves pour les roues arrière.

Une qualité « made in Italy » : des jantes de 18 à 20 pouces pour la plupart des véhicules à cinq trous



sont disponibles dans sept variantes de couleur dès CHF 430.- : anthracite, noir mat ou argent, avec polissage au choix, et noir mat entièrement poli. <

autoricardo.ch

www.autoricardo.ch

> Des sites web toujours actuels grâce au «Webshaker»

Avant de prendre contact avec un garage, les clients s'informent volontiers sur le site web de l'entreprise : à cet égard, la première impression est décisive, ainsi que l'actualité des informations données. Avec l'outil «Webshaker», les propriétaires de garage peuvent créer leur propre site Internet en toute simplicité. En un minimum de clics, il est possible de mettre sur pied un site personnalisé au moyen d'éléments préfabriqués. Et surtout : la mise à jour du site est tout aussi aisée ! Pour CHF 99.- par mois, vous recevrez un paquet-site-web-sans-souci, hébergement compris.

Un des éléments primordiaux du site d'un garage est son parc de véhicules. Pour pouvoir l'intégrer au site Internet de l'entreprise et le tenir à jour en permanence, autoricardo.ch a développé une nouvelle offre Whitelabel. Les clients choisissent des modèles de présentation préfabriqués et optimisés aussi pour la consultation sur un portable ou une tablette. L'alternative à cette solution clés en main « plug&play » est celle des données Live, par lesquelles l'agence web peut programmer pour le concessionnaire une présentation individuelle ou un concept sur mesure. <



Créer rapidement sa propre plate-forme Internet avec autoricardo.ch.

Meyle

www.meyle.com

> Nouveau palier de boîte de vitesses pour Mercedes-Benz

Sous sa marque Meyle-HD, Wulf Gaertner Autoparts AG présente un nouveau palier de boîte de vitesses pour Mercedes-Benz : grâce à un nouveau mélange de caoutchouc, la pièce s'utilise sur plusieurs types de moteurs. Cela facilite la commande pour les garages et la réparation de différents modèles de Mercedes se fait encore plus rapidement.

En raison de fortes vibrations et de forces de commandes importantes, les paliers de boîte de vitesses s'usent vite et doivent

être changés souvent. Avec le nouveau palier de boîte de vitesses Meyle-HD, les garages pourront à l'avenir répondre très facilement à cette demande des conducteurs de Mercedes-Benz : contrairement aux versions originales, pour lesquelles il faut utiliser, en fonction du type de moteur, différentes trempes de qualité dans le caoutchouc, les ingénieurs du fabricant hambourgeois ont mis au point un nouveau mélange. Il est désormais utilisable sur plusieurs modèles différents. Outre sa structure compacte de la pièce HD, ce mélange de gomme optimal veille également à mieux amortir les vibrations. Résultat : le palier de boîte de vitesses dure plus longtemps, ce qui rend cette pièce particulièrement intéressante aussi pour les parcs roulants des entreprises de taxis. <

**Lester AG**

www.lester.ch

> Premier choix pour le haut de gamme allemand

La nouvelle marque de jantes qui met la sportivité et la qualité à la portée de toutes les bourses.

La ligne « Black Series » propose un design concave à 8 rayons, faisant paraître la roue plus grande et plus élégante grâce à sa belle surface Satin Black.

Les deux premières tailles disponibles en 20 pouces, aux concavités différentes, peuvent se combiner sur l'axe des roues avant et arrière. S'adaptent à de nombreux modèles Audi, BMW, Mercedes, Seat, Skoda et VW. Une finition parfaite, et résistante en hiver. <

OTA keys

www.otakeys.com

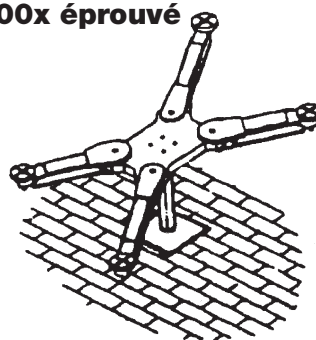
> Service de clés virtuel pour prestataires de la mobilité

L'intérêt croissant du public pour les alternatives à l'achat classique d'un véhicule provoque un boom dans les offres d'autopartage (car sharing). Afin que ce nouvel usage des automobiles et d'autres véhicules puisse se faire de manière particulièrement confortable et sûre, l'entreprise technologique internationale Continental et le spécialiste belge du service automobile, D'Ieteren, ont fondé une coentreprise visant à développer et à mettre en œuvre différents services d'autopartage. La joint venture porte le nom d'OTA keys. Le plus grand domaine de production de cette nouvelle entreprise sont les clés virtuelles de véhicules, pouvant être transmises et utilisées sans fil au moyen d'un téléphone mobile. Cette technologie pourra s'implanter dans les flottes d'entreprise, les



sociétés de car sharing ou les entreprises de location de voitures. « Nous travaillons sur ces clés de voiture virtuelles depuis 2008 déjà. Avec OTA keys, nous allons pouvoir proposer aux différents prestataires d'autopartage, aux exploitants de flottes et aux sociétés de location de voitures un paquet complet de services, afin de permettre aux clients une expérience de conduite confortable, sûre, et aussi parfois spontanée », explique Andreas Wolf, responsable du département Body & Security chez Continental. <

Assainissement de votre élévateur à une colonne 500x éprouvé



Est-ce que votre pont élévateur pneumatique – hydraulique vous pose des problèmes?

Nous vous proposons la solution idéale et économique

gesag

Gouchertweg 2
3252 Worben bei Biel
Tél. 032 384 39 17
Fax 032 384 03 69
info@gesag.ch
www.gesag.ch

AUTOINSIDE – Organe officiel de l'Union professionnelle suisse de l'automobile (UPSA)88^e année, 11 numéros en allemand et en français, tirage 13/14 certifié REMP/FRP : 11 415 exemplaires dont 8545 en allemand et 2870 en français**Editeur**

Union professionnelle suisse
de l'automobile (UPSA)
info@autoinside, www.upsa-agvs.ch

Editions

AUTOINSIDE
Wölflistrasse 5,
CH-3006 Berne
Tél. +41 31 307 15 15, Fax +41 31 307 15 16
verlag@autoinside.ch, www.autoinside.ch
Katrin Portmann (responsable de la maison
d'édition et de la publicité)

Abonnements

Abonnement annuel Suisse
CHF 110.– (TVA incluse),
Numéro à l'unité CHF 11.–, étranger
sur demande
Tél. +41 31 307 15 22, Fax +41 31 307 15 16
abo@autoinside.ch, www.autoinside.ch

Rédaction

AUTOINSIDE
Flurstrasse 50, CH-8048 Zurich
Tél. +41 43 499 19 81, Fax : +41 43 499 19 78
redaktion@autoinside.ch
Équipe de rédaction : Reinhard Kronenberg
(kro), Sascha Rhyner (srh), Jean-Pierre
Pasche (jpp), Anselm Schwyn (as), Bruno
Sinzig (bs)

Autres articles de :
Karl Baumann, Manuela Jost, Markus Peter,
Tobias Treyer, Urs Wernli

Conception

Heini Schmid, Robert Knopf

Annonces

Kneisel Media
Schlossmatte 15, case postale 1220
CH-3110 Münsingen
Tél. +41 79 755 04 44 / +41 31 791 11 56
Fax +41 31 791 11 52
autoinside@bluewin.ch, www.autoinside.ch
Günther Kneisel

Impression / envoi

galledia ag
www.galledia.ch

Les articles publiés font l'objet de
recherches approfondies. Toutefois, l'UPSA
ne garantit pas l'exactitude, l'intégralité et
l'actualité des articles.



imprimé en
suisse

UPSA | AGVS

Union professionnelle suisse de l'automobile
Unione professionale svizzera dell'automobile
Auto Gewerbe Verband Schweiz

IMPRESSUM

Il y a des moyens plus simples pour obtenir de nouveaux clients.

Plus d'informations sur: autorricardo.ch/garagiste ou au 041 769 34 64

