

ÉDITION 1 - JANVIER 2018

AUTO INSIDE

Le magazine spécialisé pour les garagistes suisses

Comment des formes alternatives de
financement s'implantent en Suisse

Pages 10-13

Pourquoi se réjouir de la
Journée des garagistes suisses 2018

Pages 24-32

Comment le champion olympique
Dario Cologna s'engage en faveur du CEA

Page 44

UPSA Garantie

avec succès depuis 2005

by Quality1 AG


Implantée depuis plus de dix ans sur le marché, la *UPSA Garantie by Quality1 AG* vous aide d'augmenter la satisfaction et la fidélisation des clients.

Pour plus d'informations:

+41 (0)55 254 30 00 | info@quality1.ch | www.quality1.ch

© Quality1 AG, Bubikon 11/2017


QUALITY 1

A company of **Allianz** 



PROGRAMME PROFESSIONNEL
DE FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

SUIVI
PERSONNALISÉ

GESTION DES SINISTRES
OPTIMALE



Le monde change. Vos clients restent.

Grâce aux programmes de garantie et de contact clientèle de CarGarantie,
vous fidélisez vos clients sur plusieurs années.

CG CAR-GARANTIE
VERSICHERUNGS-AG

Erlenstrasse 33
4106 Therwil

TÉL 061 426 26 26
MAIL info@cargarantie.ch

www.cargarantie.ch



CarGarantie[®]

takes the risk out

Janvier 2018



10 Faible rendement des capitaux propres du côté des garages, exigences élevées en matière de solvabilité et restrictions légales du côté des banques : de nombreux garagistes peinent à obtenir des crédits bancaires, mais il existe des alternatives.



26 Les tendances et les modèles commerciaux du secteur de la mobilité font les gros titres. Néanmoins, personne, ou presque, ne se préoccupe du rôle du garagiste en tant que partie prenante de l'écosystème futur de la mobilité. **Andrea Back**, professeure à l'université de Saint-Gall, s'est penchée sur la question avec une équipe de l'UPSA et un garagiste.



En couverture:
l'« **UPSA Garantie by Quality1 AG** » connaît un véritable succès sur le marché depuis plus de dix ans.

Éditorial

5 Les garagistes informés s'adaptent au changement

6 En bref

Financement / investissement

- 10 Crédit: en ligne plutôt qu'à la banque
- 12 Le crowdlending prend du poids
- 14 La protection des investissements en cas d'acquisition importante
- 16 La branche automobile sous pression
- 18 Actualités sur le financement/l'investissement

Marketing / communication

- 20 Support assuré par le concept de garage
- 22 Conseils et astuces pour fidéliser la clientèle

« Journée des garagistes suisses »

- 24 Record pour le colloque de l'UPSA
- 26 Le modèle commercial du garagiste
- 28 Le métier de garagiste a un avenir
- 30 La voix suisse à Bruxelles
- 32 Libre accès aux données des véhicules
- 33 Un apprenti soutenu par son garage

Association

- 36 Les médias internes gagnent en importance
- 38 Solution par branche: le choix idéal
- 40 Protéger les intérêts des concessionnaires

Atelier et service après-vente

- 43 Le nouveau flyer met en avant la réparation de pare-brise
- 44 Dario Cologna dans le rôle du pompiste
- 45 Le CEA, un cadeau pour tous
- 46 Le changement de pneus, le bon moment pour effectuer un CEA
- 47 Le garagiste, un prestataire
- 48 Évolution du marché des véhicules diesel

Profession et carrière

- 49 Tour de Suisse des formations de base
- 50 Business Academy
- 52 Cours de perfectionnement régionaux
- 53 Avec le MechaniXclub à Las Vegas
- 54 Il est temps d'investir dans la formation continue
- 56 À la recherche de la performance

Politique

- 58 Ce qui nous attend en 2018
- 60 Contrôle des gaz d'échappement: l'Allemagne met le turbo

Management et droit

- 61 Marge de manœuvre en matière d'optimisation fiscale
- 62 Devoir d'information avant tout tour d'essai

65 Garages

67 Impressum



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

L'une des plus belles
qualités humaines:

unir ses forces.

Avantages
pour les membres
de l'UPSA.

Nous voyons les choses telles qu'elles sont pour vous. C'est pourquoi notre service de gestion de la santé en entreprise vous aide à améliorer la santé de vos collaborateurs et donc à prévenir les absences et les coûts qui en résultent. Pour une entreprise saine et performante. Nous vous conseillons avec plaisir. **En tous points personnelle.**

Conseil dans plus de 100 agences,
par téléphone au 058 277 18 00 ou sur css.ch/entreprise



CSS

Assurance

Des garagistes bien informés sont mieux armés face aux changements

Chère lectrice, cher lecteur

Les changements dans la branche automobile et dans l'univers de la mobilité individuelle sont très rapides. Les garagistes et leurs collaborateurs sont au beau milieu de ce bouleversement permanent. Pour pouvoir s'en faire une image globale et anticiper ses conséquences, ils ont besoin d'informations dignes de confiance. C'est la raison pour laquelle l'Union professionnelle suisse de l'automobile s'est fixé pour objectif d'informer constamment ses membres sur l'évolution de la technologie, des processus d'atelier ou encore du marché. Elle le fait avec les médias de l'UPSA, AUTOINSIDE et UPSA Online, ainsi que dans le cadre de la Journée des garagistes suisses.

Ces plates-formes d'information jouissent d'une notoriété sans cesse croissante. Cette année, 800 participants seront présents à la Journée des garagistes suisses, intitulée « Mission mobilité: le rôle des garagistes, ce qui change et ce qui reste », soit un plus grand nombre que jamais. La consultation des sites upsa-agvs.ch, metiersauto.ch et checkenergieauto.ch progresse à un rythme soutenu. Les newsletters et autres informations utiles dans le secteur des garages, de



« Ensemble, nous pourrons maintenir la branche automobile sur sa trajectoire. Ensemble, nous sommes plus forts. »

l'automobile, des véhicules utilitaires et des équipements ainsi que dans le domaine de la politique et des sections sont de plus en plus suivies en ligne. Et le magazine spécialisé AUTOINSIDE est apprécié: près de 90% des lectrices et lecteurs se déclarent très satisfaits de ses contenus et de leur présentation. Aucun des 500 garagistes interrogés ne souhaite y renoncer.

Ce succès ascendant des plates-formes d'information de l'UPSA nous montre, et cela nous réjouit beaucoup, que les garagistes s'informent auprès de l'Union pour pouvoir mieux se préparer aux changements. Il nous motive également à améliorer sans cesse nos informations pour aider nos membres à appréhender les défis entrepreneuriaux auxquels ils sont confrontés.

Ensemble, nous pouvons maintenir la branche automobile sur sa trajectoire. Ensemble, nous sommes plus forts. Ce sentiment positif, nous le ressentons lors des nombreuses manifestations où la branche se réunit, que ce soit dans les sections, les séances régionales, les rencontres à Mobilcity ou chez les amis du secteur. Ce sentiment communicatif d'appartenance, nous le ressentirons également à la Journée des garagistes suisses en 2018.

Ensemble, nous sommes à l'aube d'une année passionnante. Je vous souhaite plein succès dans vos activités.

Cordiales salutations,

Urs Wernli
Président central

Tout pour rester cool.



CHEMUWA



Chemuwa Autozubehör AG
info@chemuwa.ch, Tél. 055 256 10 10
LIVRAISONS JUSQU'AU 3 FOIS LE JOUR



Vainqueur rayonnant : Eligio Catarinella d'Alfa Romeo et Karl Howkins, le patron d'Opel.

L'Opel Ampera-e désignée Voiture suisse de l'année 2018

Un jury spécialisé, composé des professionnels de la compétition **Nico Müller, Marc Surer** et **Rahel Frey** ainsi que de journalistes spécialisés, a élu l'Opel Ampera-e « Voiture suisse de l'année 2018 ». Son excellente qualité au quotidien et son autonomie de plus de 500 km ont plaidé en sa faveur. L'Alfa Romeo Stelvio décroche le titre de « Voiture préférée des Suisses 2018 » accordé lors d'un vote tenu parmi le public. **Rainer Maria Salzgeber** a dirigé la soirée au Classic Center Schweiz de Safenwil devant de nombreuses célébrités et plus de 250 invités issus de la branche automobile.

L'élection a été organisée par le Schweizer Illustrierten assisté de ses partenaires Autoscout24, Blick, Sonntagsblick, L'illustré et Il caffè.

Des primes de reprise attisent le marché automobile allemand

Le marché automobile allemand a connu une croissance bien plus forte en novembre qu'au cours de l'année. L'office fédéral allemand des véhicules motorisés a enregistré 302 636 nouvelles immatriculations, soit une hausse de 9,4 % par rapport à novembre 2016. Les acheteurs privés de voitures ont essentiellement contribué à cette croissance. **Peter Fuss**, associé du cabinet de consul-

ting Ernst & Young, attribue l'intérêt accru notamment aux primes de reprises de nombreux importateurs et constructeurs pour les voitures diesel Euro 1 à Euro 4 : « La conjoncture bourdonne, l'activité atteint un niveau record, les financements sont extrêmement bon marché et les rabais conséquents et les primes de reprise pour les anciens véhicules diesel stimulent la demande. »

Changement à la CP MOBIL



Rolf Frehner und Nicolas Leuba (à dr.).

Nicolas Leuba (UPSA) est président de la commission d'assurance de la CP MOBIL depuis le 1^{er} janvier 2018. Le représentant des employeurs succède ainsi au représentant des employés, **Rolf Frehner** (UNIA), qui a repris le poste de vice-président. Ce changement intervenant après deux ans est prévu par le règlement.

Nouveau patron chez Porsche

Michael Glinski a repris la direction de la société de distribution de Rotkreuz le 1^{er} janvier. Il succède à Stephan Altrichter, responsable du marché pour le compte du constructeur de voitures de sport depuis 2010 qui quitte l'entreprise. Au cours des



Michael Glinski.

six dernières années, Michael Glinski était responsable de la région Europe de l'Ouest chez Porsche.

PSA : Nouvelle responsable PR, Events, Sponsoring

Fanny Cabanes est responsable du département PR, Events, Sponsoring de PSA pour les marques Peugeot, Citroën et DS Automobiles en Suisse



Fanny Cabanes.

depuis décembre. **Mickael Bérend** a quitté l'entreprise le 31 décembre 2017 pour réorienter sa carrière. Française, âgée de 30 ans, Fanny Cabanes travaille depuis près de sept ans chez PSA. Elle a déjà occupé plusieurs fonctions pour les marques Citroën et Peugeot telles que coordonnatrice commerciale, responsable



L'ancienne Miss Suisse Dominique Rinderknecht et l'animateur Rainer Maria Salzgeber.

Liberté d'entreprise

... un des nombreux atouts du partenaire le GARAGE !

commerciale régionale et jusqu'à récemment responsable du développement du réseau de la marque Peugeot.

Mobilité sans obstacle : Europcar élargit sa flotte

Depuis 2015, Europcar, associé à la fondation Cerebral, propose des VW Caddy Maxi adaptés aux fauteuils roulants. Cette flotte de voitures de location sera élargie dès avril 2018 par le VW Crafter. Les deux voitures étaient exposées au salon Swiss Handicap de Lucerne les 1^{er} et 2 décembre 2017. Outre le conducteur, ce nouveau type de véhicule peut transporter cinq accompagnateurs et deux personnes en fauteuil roulant. Les adaptations ont été effectuées en collaboration avec la fondation Cerebral afin de répondre aux besoins des personnes en fauteuil roulant et leur garantir un transport sécurisé. Ces véhicules font partie de la même catégorie de prix que d'autres voitures de location grâce au cofinancement de la fondation Cerebral.



La mobilité pour les personnes en fauteuil roulant : le nouveau VW Crafter d'Europcar.

ZF : Franz-Josef Paefgen remplace Giorgio Behr

Franz-Josef Paefgen a été élu nouveau président du conseil de surveillance de ZF Friedrichshafen AG lors d'une réunion extraordinaire le 4 décembre 2017. Il succède à **Giorgio Behr**. M. Paefgen est membre du comité depuis 2008. « ZF a relevé les défis de l'industrie automobile par une stratégie de long terme et s'est développée remarquablement ces dernières années. Nous voulons maintenir ce cap. »

Un fan achète la Ferrari de Schumi aux enchères

Une Ferrari pilotée par **Michael Schumacher** en 2001 lors des championnats du monde de Formule 1, a été vendue aux enchères pour près de l'équivalent de CHF 10 millions. La voiture de course en parfait état de marche a été vendue aux enchères par Sotheby's à New York. Avant les enchères, les experts avaient estimé que le bolide serait vendu entre CHF 4 et 5 millions. Comme huit personnes ont participé



Michael Schumacher est devenu champion du monde de Formule 1 en 2001 à bord de la Ferrari « F2001 ».

aux enchères, le marteau a finalement adjugé la voiture pour 10 millions. Dans le cadre du programme clients de la marque, le nouveau propriétaire peut conduire sa Ferrari sur tous les circuits du monde, assisté des mécaniciens et des techniciens Ferrari. La bombe rouge est alimentée par un moteur 10 cylindres de trois litres tournant à plus de 18000 tr/min et qui développe 900 ch.

Francesco Vass reprend la direction de ricardo.ch...

Francesco Vass, 43 ans, est le nouveau CEO de ricardo.ch depuis le 1^{er} janvier 2018 après un passage chez tutti.ch. Sous sa direction, tutti.ch s'est établie comme la principale plate-forme de petites annonces de Suisse. Auparavant, le Tessinois a mis en place le service de streaming télévisuel Zattoo avec les fondateurs en tant que vice-président, Marketing & Content et a été consultant chez McKinsey & Company. M. Vass reprend le

flambeau de **Bodo Kipper** qui cède sa place pour des raisons personnelles.



Francesco Vass.

... Dejan Dojcinovic lui succède

Dejan Dojcinovic a repris la direction de tutti.ch. Travaillant chez tutti.ch depuis 2013 déjà, il a récemment été responsable de la monétisation et de la croissance des ventes de la plate-forme en tant que Chief Revenue Officer. Ricardo.ch et tutti.ch appartiennent au groupe médiatique suisse Tamedia.

le GARAGE,
le concept de garage
partenarial de votre ESA



le GARAGE

La marque de votre choix



Christoph Enderli, responsable flottes Seat, Fabio Ruffino, responsable gestion de flotte Building Technologie Schweiz AG, Nicola Faigle, responsable flotte Siemens Suisse SA et Tobias Rohrer, Key Account Manager Amag Corporate Fleet Sales.

Siemens prend son départ à bord du break Seat Leon ST

Les collaborateurs du service externe de Siemens ont récemment pris possession de leurs nouveaux véhicules de service, le break Seat Leon ST. Plus de 300 autres véhicules d'intervention suivront jusqu'en juillet 2018. Les livraisons et l'entretien auront lieu dans toute la Suisse au sein du réseau de concessions Seat. Seat s'est imposée face à de nombreux concurrents lors de l'appel d'offres. **Ferran Andreu**, responsable commercial Seat: « Seat a le vent en poupe. Pas seulement chez les particuliers, mais aussi pour les flottes. Conquérir Siemens en tant que client flotte nous conforte dans notre stratégie de croissance. »

André Wirth reprend Swiss Remarketing AG

Swiss Remarketing AG règle la succession de sa direction : **André Wirth**, Chief Operating Officer et membre de la direction de Swiss Remarketing depuis juin 2016, a repris la direction opérationnelle en tant que nouveau CEO des mains du fondateur **Michel Sautter**



André Wirth.

le 1^{er} janvier 2018. Ce dernier se concentrera désormais sur la présidence du conseil d'administration et sera chargé de certains projets spéciaux. Swiss Remarketing est le principal prestataire suisse couvrant l'ensemble du cycle de vie de matériel informatique.

La police cantonale vaudoise en patrouille en Skoda Kodiaq

La police de la route du canton de Vaud effectue désormais ses patrouilles en Skoda Kodiaq. Les trois voitures entièrement équipées ont été remises récemment à ses représentants dans le nouveau showroom d'Amag Lausanne. D'autres exemplaires des Skoda Kodiaq sur les neuf prévus pour les interventions lui seront bientôt livrés.



Les trois premières voitures de patrouille Kodiaq de la police cantonale vaudoise.

Nouvelle responsable des marques chez Derendinger

Maja Kaufmann a repris le poste de responsable des marques chez Derendinger AG le 1^{er} janvier. La responsable marketing avec diplôme fédéral travaille depuis plus de 15 ans dans la branche automobile. En 2012, elle est passée de Volvo, où elle était responsable marketing / communication, chez Derendinger. D'avril 2016 à fin 2017, elle a été responsable du marketing en ligne chez SAG Services AG où elle a notamment participé à la refonte de sites Internet de SAG.



Une formation quotidienne: www.agvs-upsa.ch



Avoir raison et défendre ses droits.

Pour votre entreprise, votre vie privée ou sur la route : Protekta assurance de protection juridique SA offre aux membres de l'UPSA une protection juridique globale avec 20% de rabais.

Nouveauté : protection juridique privée Plus. Cette offre propose des couvertures dans des domaines juridiques qu'il n'était pas possible d'assurer, tels que par exemple l'encaissement ou le droit fiscal.

Afin d'obtenir de plus amples renseignements adressez-vous à votre responsable de région UPSA ou directement à Protekta: 031 389 85 85 / offre@protekta.ch

Protekta

Prévisions de valeurs résiduelles

Nos clients devraient gagner de l'argent, et non en perdre

Des données actuelles et fiables constituent aujourd'hui l'une des bases commerciales les plus importantes dans la branche automobile. De telles données ne dissimulent ni une stratégie marketing ingénieuse, ni une image qui ne tient pas ses promesses, mais véhiculent de la confiance qui se gagne par un travail acharné.



Avec son outil de surveillance du diesel, auto-i-dat ag se concentre sur un marché qui a récemment commencé à s'agiter.

■ pd. La confiance est la clé de voûte des processus commerciaux et la base indispensable d'affaires pérennes. Le garagiste fonde son modèle d'entreprise sur ce principe et ce, sous deux angles : sans la confiance de ses clients, il perd la base de son activité lucrative. Dans le même temps, il doit lui-même faire confiance à ses partenaires commerciaux et à ses fournisseurs.

L'exemple des prévisions de valeurs résiduelles illustre la profondeur de cette confiance en toute simplicité. Alors que le thème du diesel était sur toutes les lèvres en Allemagne en juillet dernier, les Suisses portaient encore du principe que cela n'aurait aucun impact sur le marché intérieur. Et pourquoi en aurait-il été autrement ? Contrairement à l'Allemagne, nous n'avions à déplorer aucune interdiction de circuler dans telle ou telle ville suisse.

Pourtant, les choses ont évolué (un peu) différemment : l'hystérie s'est entretemps amplifiée au point de redouter la fin imminente du moteur à combustion interne. Dans une telle situation, le concessionnaire qui vend des véhicules diesel neufs et d'occasion doit

savoir au plus vite et en toute fiabilité comment les prix évoluent. Les véhicules neufs sont principalement concernés par l'évolution des valeurs résiduelles. Sans observation sérieuse du marché, il n'est pas possible de satisfaire aux attentes en la matière. Cela implique une gestion classique des risques. Notre mission consiste donc à s'assurer que nos clients puissent gagner – et non perdre – de l'argent grâce à nos données.

Déploiement d'un groupe de travail « Diesel »

auto-i-dat a réagi rapidement en mettant en place un groupe de travail « Diesel » en interne pour traiter deux points. Premier point : définir immédiatement les conséquences de l'évolution sur la demande future et donc sur la tarification et à partir de quand celle-ci devra être ajustée. Deuxième point : créer un système de surveillance du diesel que nous publierons trimestriellement afin d'accorder une attention particulière à ce type de motorisation. Par cette approche, nous desservons non seulement nos propres clients, mais aussi tout le marché,

et notamment les médias. Il s'agit de notre contribution à l'objectivation du débat, car de gros titres tels que « Les ventes de voitures diesel fléchissent » ne font qu'accroître l'agitation sur le marché. D'autant plus que nous ne pouvons pas parler de « crise ». En tant que partenaire fiable et de longue date de la branche automobile suisse et des garages, nous assumons ainsi notre part de responsabilité. <

auto^[i]

Les données suisses des véhicules

La surveillance du diesel

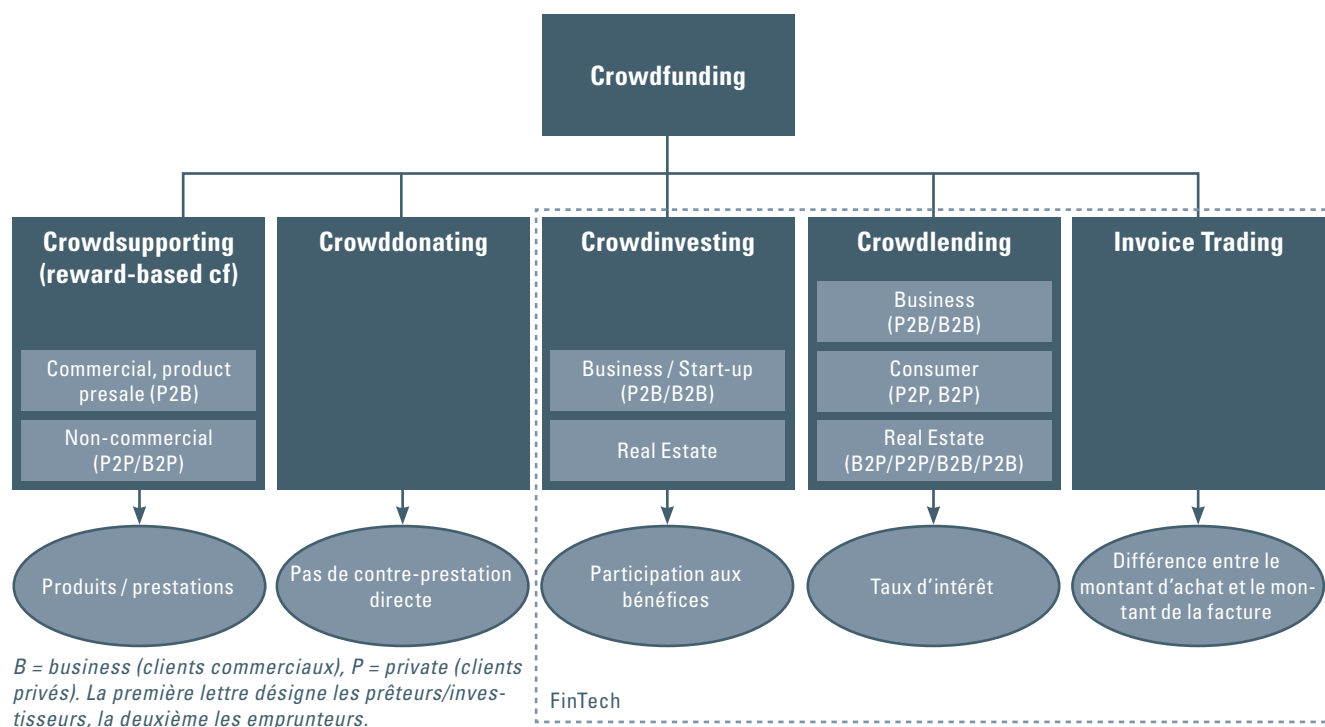
Si vous ne souhaitez manquer aucune information relative à notre rapport, nous vous conseillons de vous abonner à notre newsletter :

www.auto-i-dat.ch/fr/newsletter

Nouvelles formes de financement

Demander un crédit via Internet plutôt qu'à la banque ?

Une faible rentabilité des fonds propres du côté des garagistes, des exigences élevées en matière de solvabilité et des restrictions légales de la part des banques : de nombreux garagistes ont du mal à obtenir un crédit bancaire. Heureusement, il existe des alternatives. **Sandro Compagno**, rédaction



Le crowdlending est l'une des cinq formes du crowdfunding, qui se distinguent entre elles surtout par la contre-prestation à fournir.

■ Des plates-formes en ligne comme Cashare, CreditGate24, Lendico ou Swisspeers évoluent dans un segment de marché en plein essor en pratiquant toutes le crowdlending, soit en mettant en relation directe prêteurs et emprunteurs. Le besoin est réel et le potentiel important.

« Les premiers balbutiements d'un phénomène »

En effet, les secteurs à faible revenu comme le secteur automobile ou la restauration ont de plus en plus de mal à obtenir des crédits bancaires. Surtout pour les petits prêts d'un montant de cinq à six chiffres bas, les frais bancaires sont souvent (trop) élevés. Selon Christian Müller, président de la section Zurich de l'UPSA, le fait que les taux d'intérêt se trouvent actuellement à un niveau historiquement bas n'a rien changé à la retenue

des banques : « Cela est aussi lié aux fonds propres qu'une banque doit détenir pour le financement des risques.

Le calcul de la soutenabilité se base toujours et encore sur les valeurs traditionnelles avec un taux d'intérêt de 5% ». Résultat : les

garagistes ont commencé à rechercher des alternatives. « Le crowdlending est un phénomène évident dans notre monde et notre économie numérisés même s'il n'en est encore qu'à ses balbutiements », explique le Prof. em. Ruedi Volkart, Dr. oec. publ. (voir l'interview à la page 12). De manière générale, les plates-formes locales de crowdlending ont longtemps été soumises à d'importantes restrictions en matière de croissance et de financement, en raison de la « règle des 20 » de la législation bancaire. En effet, le nombre maximum de crédits qu'il était permis d'accorder sans autorisation spéciale était de 20. Le 1er août 2017 finalement, le Conseil fédéral leva cette restriction sur les prêts pour les PME, ce qui a accentué l'essor du marché du crowdlending. Les experts estiment qu'en Suisse, celui-ci atteindra les 150 à 200 millions de francs en 2017.

Définitions

Le terme « crowdfunding », défini comme la collecte de fonds via Internet pour des projets, inclut plusieurs catégories. Le critère de distinction principal est la nature de la contre-prestation. Celle-ci peut être revêtir un aspect monétaire : les prêteurs participent à l'entreprise ou à son succès (crowdinvesting), ou jouissent du produit des intérêts (crowdlending) sur le capital mis à disposition. L'invoice trading est souvent attribué au crowdfunding. Il s'agit ici de la vente des factures en souffrance.

Les banques misent sur le contact personnel

Certaines banques se sont déjà adaptées à la nouvelle tendance : ainsi, par exemple, PostFinance s'est associée à Lendico tandis que la Banque cantonale de Lucerne exploite la plate-forme Funders.

D'autres observent cette évolution à la fois avec intérêt et sérénité. « Les nouvelles possibilités numériques se démarquent par leur flexibilité et leur vitesse de traitement. Cependant, elles n'ont rien d'une nouvelle offre, bien au contraire. En particulier, les financements nécessitant un conseil important ne profitent guère, jusqu'à présent, des possibilités qu'offrent les fournisseurs de technologies financières », selon la Banque cantonale zurichoise. « Dans le secteur des PME

en particulier, nous constatons que le client souhaite toujours et encore connaître personnellement son conseiller et bénéficier d'une solution adaptée à ses besoins. » Louis Grosjean, responsable de la gestion du segment Clientèle commerciale chez Raiffeisen, insiste lui aussi sur l'importance du conseil : « Quel est le but du financement ? Quelles parties de la chaîne de création de valeur doivent être financées ? Quel est le terme du financement ? Quelles sont les garanties aptes à diminuer le risque et donc à optimiser la structure des coûts ? Ces questions doivent être abordées et des réponses trouvées dans le cadre du dialogue entre l'entrepreneur et son conseiller bancaire, ce qui implique également une relation de confiance, centrale en matière de questions de financement. »

Les deux institutions doutent que les conditions proposées sur les plates-formes de crowdlending soient plus avantageuses que celles des banques. Louis Grosjean : « Finalement, non seulement le taux d'intérêt mais aussi la commission de crédit est un facteur important de la structure des tarifs, surtout en période de taux d'intérêt bas. Ici, les offres des plates-formes en ligne varient fortement. Dans certains cas, elles exigent une commission pouvant représenter 2, 3 ou même 5 % du montant du crédit, ce qui peut augmenter la charge financière globale pour l'entreprise demanderesse. »

Pas de faux espoirs

Et, bien entendu, tout demandeur n'obtient pas un crédit sur les plates-formes de crowdlending. En effet, à défaut de solvabilité suffisante et de plan d'affaires clair, cette voie alternative ne permet pas non plus d'obtenir le financement escompté. Le pionnier suisse Cashare, par exemple, examine les demandes de crédit au moyen d'un logiciel spécial. Michael Borter, le fondateur de l'entreprise, souligne qu'environ dix pour cent seulement des demandes passent cet examen. En cas de succès cependant, les chances de se voir octroyer un crédit sont bonnes, le taux de refus n'étant ensuite que d'un pour cent. « Il est également dans notre intérêt de compter le moins d'échecs possibles. » <



En 2017, près de 50 plates-formes de crowdfunding étaient actives en Suisse.

Crowdfunding Monitoring Suisse 2017

La Haute école de Lucerne analyse chaque année le développement des plates-formes de crédit en Suisse. En 2015, environ 7,9 millions de francs suisses seulement avaient été octroyés via de telles plates-formes en Suisse. En 2016, ce chiffre atteignait déjà 55,1 millions de francs. « Cette croissance a principalement été générée par des crédits accordés à des PME », affirment les auteurs de l'étude « Crowdfunding Monitoring Suisse 2017 ».

La croissance en pourcentage entre 2015 et 2016, de pas moins de 600 %, est impressionnante. Si cette valeur relative est certes énorme, le phénomène ne fait en réalité que combler un créneau. À titre de comparaison, le volume des crédits octroyés par les banques aux PME représentait 295 milliards de francs en Suisse à la fin 2016. Les leaders dans le domaine du crowdlending, respectivement dans celui du crowdfunding, sont la Chine et les pays anglo-saxons. En 2015, le marché global du crowdfunding avoisinait les 97,8 milliards de francs suisses en Chine, contre 34,8 milliards aux États-Unis et 4,7 milliards en Grande-Bretagne.

Nouvelles formes de financement

« Le crowdlending va fortement pro

Les banques lésinent sur les crédits, mais à l'ombre des grands établissements financiers fleurissent des plates-formes en ligne qui réunissent investisseurs et emprunteurs. AUTOINSIDE s'est entretenu avec le professeur Rudolf Volkart, qui fut pendant plusieurs années directeur du Swiss Banking Institute de l'université de Zurich, sur les opportunités et les risques du crowdlending. **Sandro Compagno**, rédaction



Rudolf Volkart a fait du Swiss Banking Institute de l'université de Zurich un des centres de compétences financières majeurs en Europe.

■ **Professeur Volkart, les banques possèdent beaucoup d'argent, les taux d'intérêt sont bas, et pourtant de nombreux garagistes se plaignent d'avoir de la peine à financer leurs investissements. Pourquoi les banques n'accordent-elles que difficilement des crédits ?**

Prof. Volkart : Il n'est pas aisé de réaliser des marges suffisantes en faisant crédit à une petite PME ou à une micro-entreprise, à moins que la banque ait une gestion du crédit extrêmement efficace. Cela s'accroît encore lorsque les taux sont bas, voire au plus bas, car les entrepreneurs n'acceptent plus des taux d'intérêt correspondant, du point de vue de la banque, aux risques encourus. À l'inverse, différentes banques de détail semblent avoir redécouvert depuis quelques temps la clientèle d'entreprise, qui concerne particuliè-

rement les PME, majoritaires en Suisse. Mais il y a aussi des tendances contraires. Conformément aux accords de Bâle III, les banques doivent posséder plus de fonds propres en regard des crédits octroyés, ce qui entraîne au minimum un renchérissement de ceux-ci.

« Les entrepreneurs n'accepteraient plus des taux d'intérêt correspondant aux risques. »

Ces dernières années, plusieurs plates-formes en ligne sont apparues qui proposent également des crédits commerciaux aux PME: c'est ce qu'on appelle le « crowdlending ».

Que pense l'ancien directeur du Swiss Banking Institute de l'université de Zurich de ce phénomène ?

Le crowdlending, c'est tout d'abord un élargissement du paysage d'intermédiation financière. Personnellement, si j'étais un entrepreneur à la recherche d'un crédit, je continuerais à m'adresser en premier lieu à une banque qui m'a déjà fait crédit, de manière à renforcer, dans l'idéal, une relation déjà bonne. Naturellement, le comportement équitable et avenant de mon interlocuteur bancaire compte beaucoup.

Ces plates-formes concurrencent-elles les banques commerciales ou les complètent-elles dans le financement des PME ?

Dans un premier temps, on pourrait considérer ces plates-formes en Suisse (même si

gresser ces prochaines années »

elles sont encore relativement insignifiantes (proportionnellement) comme une concurrence pour les banques de détail. Comment les banques évolueront-elles dans le monde numérique? C'est une question complexe et encore largement ouverte. Les banques peuvent elles-mêmes prendre part à des plates-formes ou nouer des coopérations de différents types. Il existe déjà des approches concrètes de ce genre du côté des banques. Des rachats sont également envisageables en tout temps. Certaines banques travaillent entre autres à simplifier radicalement les processus de crédit dans le segment des petites PME et à les automatiser autant que faire se peut de manière à rentabiliser les crédits octroyés aux petits entrepreneurs et sur de petites sommes. Je parlerais donc plutôt de complément, pour l'instant.

Pourquoi ces plates-formes peuvent-elles proposer de meilleures conditions que les banques établies ?

Je ne pense pas que l'on puisse affirmer cela. Et même lorsque c'est le cas, comme certaines plates-formes s'en vantent, il est probable que les investisseurs prêtant de l'argent via ces plates-formes ne réalisent pas des investissements toujours rentables, c'est-à-dire générateurs de valeur ajoutée vis-à-vis des risques encourus. Cette affirmation dépend aussi des offres bancaires concrètes avec lesquelles la comparaison s'effectue. Ainsi, même dans le domaine du crédit classique, les conditions offertes par les banques peuvent être très différentes en fonction de la politique de crédit de chacune. À cela s'ajoute le fait que nous nous mouvons dans un contexte très particulier en matière d'intérêts depuis quelques années, qui ne ressemble plus du tout à une situation normale. Les investisseurs cherchent parfois désespérément à placer leur argent de manière rentable. Enfin, la grandeur et la pénétration du marché de ces plates-formes ont une grande influence sur la question posée dans la mesure où les coûts d'exploitation doivent être rattrapés par des économies d'échelle. Mais il est vrai que sur ce point, les plates-formes ont des avantages en matière de coûts, car les banques doivent assumer des charges toujours plus importantes

en matière de compliance ainsi que le coût du capital de leurs fonds propres.

Ces plates-formes ont-elles du potentiel ?

Je pense qu'elles vont connaître des pourcentages de croissance considérables ces prochaines années, d'abord simplement en termes de valeurs absolues parce que le phénomène en est à ses débuts. À plus long terme, cependant, ce n'est plus tant cette question qui nous intéressera que celle de l'évolution de l'intermédiation financière dans un pays industrialisé. Il est clair que les processus numériques jouent un rôle majeur : pensez simplement aux crypto-monnaies ou au phénomène de la blockchain. La réglementation bancaire restreint d'une certaine façon les plates-formes de crowdlending. Ainsi, en Suisse, la législation bancaire limite le nombre

« La passivité numérique des entreprises les condamnerait à disparaître, à court ou long terme. »

d'investisseurs participant à une seule et même opération de crédit avec une PME. Personnellement, le crowdfunding (apport de fonds propres) et le crowdsourcing (financement de projets) me paraissent être, intuitivement comme factuellement, des formes de crowdfunding plus attractives, en particulier dans le domaine du financement des start-up, qui prend toujours plus d'ampleur.

Et quels sont les risques et les dangers ?

En ce qui concerne le système financier dans son ensemble, il est encore difficile de répondre à cette question. Du côté des acteurs du marché, il faut faire attention aux risques encourus par les investisseurs. Mais avec l'engagement accru d'intervenants compétents, comme les investisseurs institutionnels, une certaine stabilité est assurée. Les emprunteurs, eux, doivent réfléchir à la manière dont la prise d'un crédit par le biais d'une plate-forme va modifier leurs relations avec les banques, qui sont importantes pour une entreprise, et dans quelle mesure

ils pourront compter sur des financements complémentaires à l'avenir. En outre, les nouvelles plates-formes réussiront-elles à dégager un volume d'affaires suffisant pour être rentables et comment les besoins des PME évolueront-ils au fil du temps? Le côté qualitatif, et donc aussi humain, d'une relation de crédit continuera à jouer un rôle central à l'avenir, de mon point de vue.

Tous ces offreurs opèrent sur Internet: sommes-nous en train de vivre la même révolution que celle qui menace le commerce ?

L'économie de marché est un modèle parfois brutal, où émergent régulièrement des « processus de destruction créateurs ». C'est le cas en ce moment dans le commerce, où la numérisation galopante transforme le paysage en profondeur. Le secteur financier pourrait connaître un phénomène similaire; l'élément décisif sera la manière dont les acteurs du marché appréhenderont les changements et les nouvelles possibilités numériques. Peut-être que la numérisation n'a pas encore vraiment fait son chemin jusque chez les particuliers pour ce qui est de leurs besoins financiers. Dans tous les cas, les banques commerciales devront être actives dans ces processus évolutifs. La passivité condamnerait les entreprises à disparaître, à court ou long terme. En revanche, les établissements financiers qui gèrent bien leur développement pourraient entrevoir de nouvelles opportunités. <

Portrait

Le professeur émérite Rudolf Volkart a enseigné pendant de longues années l'économie d'entreprise au Swiss Banking Institute de l'université de Zurich, qu'il a également dirigé. Aujourd'hui, il est associé principal de l'entreprise de conseil financier IFBC AG à Zurich.



Plus d'informations sur:
www.ifbc.ch

Atelier de la Concurrence

« Le prochain plancher ne manquera pas d'arriver »

L'économie fonctionne de manière simple : en cas de mauvais investissement, le risque est supporté par l'entreprise. Mais les choses sont un peu plus complexes dans la branche automobile : ce sont les importateurs qui donnent le ton en matière d'investissements, notamment au niveau des normes de construction ou techniques. Les garagistes doivent suivre le pas pour exécuter leurs contrats de marque. Un éclairage critique a été apporté sur ce sujet épineux au cours de l'Atelier de la Concurrence, qui s'est tenu le 12 décembre à Berne. **Tatjana Kistler**, rédaction

■ C'est un fait : le thème de la protection des investissements en cas d'acquisition importante est souvent noyé dans le quotidien professionnel, alors qu'il constitue un sujet brûlant. Prenons un exemple : une marque automobile change d'identité visuelle tous les sept ans. Conséquence : un renouvellement de la signalisation extérieure, des revêtements de sol, du mobilier, des postes de travail des vendeurs, de l'agencement des couleurs, du papier à lettres, pour lequel le

garage est tenu de mettre la main à la pâte, et surtout au porte-monnaie. « L'époque où je pouvais amortir un nouveau plancher en 40 ans est bel et bien révolue. Désormais, on est passé à sept ans. Car le prochain plancher ne manquera pas d'arriver », a déclaré Christoph Keigel du garage Keigel AG implanté à Füllinsdorf, Frenkendorf, Bâle, Oberwil et Zwingen.

Le récit des expériences pratiques du président de l'association suisse des concession-

naires Renault / Dacia a été accueilli avec intérêt, empathie, mais aussi avec une certaine grogne. Car le problème sous-jacent est connu de tous. « Si ma tête ne revient plus au directeur général d'un constructeur automobile, il trouvera sans aucun doute une clause, une faille dans le contrat de concession pour se débarrasser de moi du jour au lendemain », a déclaré Christoph Keigel, soulignant ainsi la nécessité d'une relation de qualité et symbiotique avec la marque.



En pleine discussion avec le public : (de g. à dr.) Prof. Roger Zäch (ancien vice-président de la COMCO), Christoph Keigel (Garage Keigel AG, président de l'association suisse des concessionnaires Renault / Dacia), Prof. Patrick L. Krauskopf (Dr en droit, ZHAW), Urs Wernli (président central de l'UPSA) et Alexander Koprivnikar (Office fédéral autrichien de la concurrence). (Photo ZHAW)

Opportunités juridiques

« Par ailleurs, les contrôles se multiplient. Concernant les investissements imposés, nous avons besoin de liquidités, mais également, en notre qualité d'employeur responsable, de planification et de sécurité. Cette situation est préoccupante pour nous », a glissé un garagiste.

Cet échange d'expériences a eu lieu dans le cadre du XXVI^e Atelier de la Concurrence de la haute école des sciences appliquées de Zurich (ZHAW), plus précisément de la School of Management and Law, qui s'est tenu avec le professeur Patrick Krauskopf à l'hôtel Schweizerhof de Berne. Les possibilités légales dont disposent les garagistes vis-à-vis des importateurs tout-puissants ainsi que les limites pratiques et légales existantes ont été discutées lors de cette conférence.

Enquête critique pour l'UPSA

Depuis 2009, la ZHAW étudie de manière systématique, à la demande de l'UPSA, le marché automobile, la communication automobile, les contrats automobiles ainsi que l'utilisation des données des clients dans la branche automobile. Pour cela, il convient dans un premier temps de bien connaître cer-

taines spécialités de la branche : la branche automobile, et plus particulièrement les concessionnaires et les ateliers, se trouvent dans une forte position de dépendance vis-à-vis des importateurs, qui décident généralement de manière unilatérale du contenu des contrats de concessionnaire ou d'atelier.

Ces contrats et leurs annexes stipulent les obligations imposées par le fabricant en matière d'investissements, souvent importantes : achats considérables pour l'aménagement du showroom, l'équipement de l'atelier, ou plus généralement pour la conformité aux normes techniques requises. En matière d'informatique ou de formation, le garagiste est le plus souvent tenu de supporter le coût des spécifications imposées par le fabricant ou de contracter un prêt. Le garagiste concerné doit alors se demander quand et comment les investissements peuvent être amortis.

Regard vers l'est

Et pourtant, le problème reste le même. Comment peut-on évaluer un conflit d'intérêts dans un environnement présentant différentes marques automobiles fortes et une structure de concessionnaires hétérogène ? Comment définit-on une position dominante sur le marché ? Où commence le pouvoir arbitraire ? Autant de questions qui doivent être étudiées au cas par cas. « Dans ce domaine, la compréhension du mode de fonctionnement de notre branche fait également défaut », a souligné Urs Wernli, président central de l'UPSA.

En revanche, l'attitude pleurnicheuse souvent prêtée à la branche automobile par les milieux politiques ne correspond pas à la réalité. « Nous autres les garagistes n'avons rien contre la concurrence. En tant qu'entrepreneurs, nous connaissons et souhaitons la concurrence, que ce soit dans le commerce ou dans le secteur de l'atelier », a clairement affirmé Urs Wernli lors de la table ronde de clôture. « Mais je vous le dis en toute franchise, la pratique législative actuelle de la Suisse ne sera plus tenable dans les années à venir. »

Le professeur émérite Roger Zäch, ancien vice-président de la COMCO, constate lui aussi une nécessité d'agir et précise que les initiatives politiques novatrices sont repoussées aux calendes grecques et que le droit des cartels en vigueur ne suffit pas à régler tous les problèmes. « On dit que le garagiste doit être protégé. C'est totalement faux ! La loi sur les cartels devrait apprivoiser les puissants », a déclaré le juriste dans son plaidoyer. <

Trois questions à Urs Wernli

Beaucoup à faire

Dans son exposé « Le garagiste, entrepreneur indépendant : réalité ou vœu pieux ? », Urs Wernli, président central de l'UPSA, a souligné l'importance d'une vision entrepreneuriale en protection des investissements.

Monsieur Wernli, la position de force des importateurs sur le marché semble écraser les garagistes. Quelles réflexions ceux-ci doivent-ils mener dans cette situation de dépendance ?



Urs Wernli

Urs Wernli : Il est vrai que la libre entreprise est sous pression. Entrepreneur indépendant, le garagiste est néanmoins un acteur central de l'économie et de la politique régionale. Il

est donc capital qu'il se positionne, qu'il soit proche de ses clients et réponde à leurs besoins, qu'il soit innovant et travaille de manière efficace dans un contexte concurrentiel. Les défis actuels font que, pour pouvoir exister, un entrepreneur indépendant doit assurer sa relève professionnelle et réfléchir assez tôt à sa succession.

En résumé, l'évolution de la situation met-elle l'existence de vos membres en péril ?

La monopolisation de la chaîne de création de valeur est un danger pour la compétitivité. Les membres de l'UPSA sont en plein bouleversement. Ils étaient vendeurs, conseillers, mécaniciens et réparateurs, ils doivent devenir des prestataires de mobilité. Cela requiert d'eux la volonté de continuer à se former, de se repositionner et, enfin, de mettre l'accent sur le renforcement de la relation à long terme avec la clientèle.

Quelles sont les solutions, d'après vous ?

D'une part, l'État doit tracer les grandes lignes par une « régulation intelligente ». Dans le domaine du B2B, c'est-à-dire dans le cadre des relations commerciales entre entreprises, il faut assurer d'autre part des comportements conformes aux règles de la concurrence au moyen de conditions-cadres. Enfin, la Commission fédérale de la concurrence et les tribunaux ont leur rôle à jouer dans la protection juridique. Il y a donc beaucoup de choses à faire ! <



Atelier de la Concurrence

Branche automobile sous pression : comment renforcer l'entrepreneuriat

Le thème de la protection des investissements dans la branche automobile était au programme du XXVI^e Atelier de la Concurrence, qui s'est tenu le 12 décembre 2017. Une étude menée par la ZHAW a montré que les investissements liés aux marques augmentaient la dépendance des garagistes vis-à-vis des importateurs et n'étaient pas suffisamment protégés. Son auteur indique quelles sont les possibilités pour y remédier, et c'est une première en Suisse. L'Autriche avait montré la voie dans ce domaine. Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf et Sarah Umbricht, ZHAW School of Management and Law



■ Le contexte : l'environnement de marché suisse

En Suisse, plus de 5000 garages font face à environ deux douzaines d'importateurs. Cette structure du marché entraîne une dépendance des premiers vis-à-vis des seconds. Tant la vente de voitures neuves que l'exploitation d'un atelier requièrent des investissements spécifiques aux marques. Dans les contrats automobiles, annexes comprises, les garagistes sont contraints de réaliser de

gros investissements à leurs propres frais. Les investissements liés aux marques comprennent, par exemple, différentes mesures en matière de construction, des éléments d'identité visuelle, des aménagements intérieurs ou encore des équipements d'atelier.

Les contrats automobiles par lesquels ces investissements sont exigés prévoient également d'amples mécanismes de contrôle et de surveillance. Il s'agit de contrats innomés, donc non réglés par la loi. Selon le degré d'intégration dans l'organisation de l'importateur, ces contrats sont régis par le droit des contrats ou le droit du travail ou constituent des contrats d'agence.

Besoins et droits de protection

L'étude montre que la durée d'amortissement des investissements liés aux marques est de cinq ans ou plus pour 60 % des garagistes et de trois à quatre ans pour 30 %. Elle dépasse ainsi nettement le délai de résiliation ordinaire, qui est de deux ans. Aucune autre mesure n'étant prévue, cette protection s'avère insuffisante et l'existence même du garage peut être mise en péril si le contrat est résilié après un investissement conséquent.

Protection possible par le droit des cartels

Les contrats automobiles sont rédigés par les importateurs, qui ont une position do-

minante sur le marché et exploitent en leur propre faveur la marge de manœuvre prévue par le droit des contrats. Dans de tels cas, le droit des cartels protège les concessionnaires et les ateliers dépendants des importateurs contre ce qu'on appelle les « conditions commerciales inéquitables ».

Clauses contractuelles inéquitables

Une comparaison avec le droit contractuel dispositif permet d'établir si une clause contractuelle qui met en péril l'amortissement d'un investissement est inéquitable au sens du droit des cartels :

- En principe, les parties à un contrat de concession peuvent fixer d'autres règles que celles qui sont prévues dans le droit des contrats dispositif ou, par exemple, dans un contrat d'agence.
- Cependant, si l'une des parties au contrat possède une position dominante sur le marché, une dérogation unilatérale au profit de cette partie peut être considérée comme « inéquitable » et les règles contractuelles correspondantes s'avérer par là même invalides.

Mesures de protection

Pour garantir une protection adéquate, il serait judicieux d'opter pour une combinaison d'un délai de résiliation minimum avec d'autres droits comme le remboursement des frais ou la participation à ceux-ci, des dommages-intérêts ou encore des délais d'interdiction de résiliation ou de modification du contrat (annexes comprises).

Coup d'œil en Autriche

Tandis qu'en Suisse, les garagistes dépendants font encore trop peu valoir leurs droits de protection vis-à-vis des importateurs, l'Autriche semble en avance sur ce point.

Procédures civiles : les tribunaux ont reconnu la position commerciale dominante

Quelques faits relatifs au contexte

Dans des études précédentes, la ZHAW a effectué ces observations sur le thème de la promotion de la concurrence par la Comauto :

- L'examen de l'évolution des prix dans la branche automobile montre que, depuis l'entrée en vigueur de la Comauto et jusqu'en 2015, un gain de prospérité pouvant aller jusqu'à CHF 319 millions a été réalisé par les consommateurs.
- Le soutien à la distribution multi-marques a élargi les canaux de distribution de véhicules et ainsi renforcé la concurrence entre les concessionnaires.
- La part de la distribution multi-marques s'est stabilisée à un niveau d'environ 35 %.
- Les entreprises multi-marques agissent de manière plus efficiente et en protégeant mieux les ressources, donc en dépensant moins : elles sont par conséquent plus profitables à l'économie.

des importateurs et constaté qu'un changement de marque entraîne, pour une entreprise, des préjudices économiques lourds. Afin qu'un garagiste puisse faire valoir de tels préjudices, l'existence de son entreprise ne doit pas obligatoirement être menacée; il suffit qu'il subisse des pertes massives sur son chiffre d'affaires ou perde une part essentielle de sa clientèle.

Autorité de concurrence : dans une prise de position officielle, l'autorité de

concurrence autrichienne a constaté que les pratiques des importateurs peuvent être abusives dans certains cas.

Loi nationale : certaines règles du REC automobile ont été inscrites dans la loi sur les véhicules motorisés (Kraftfahrzeugschutzgesetz) pour protéger les garagistes.

Recommandation pour les membres de l'UPSA

Il est recommandé à l'UPSA de sensibiliser

les tribunaux civils ainsi que les autorités de concurrence à la dépendance croissante des garagistes vis-à-vis des importateurs et des besoins de protection qui en découlent pour les PME. Les instruments offerts par le droit des cartels sont partiellement inutilisés depuis l'édiction de la Comauto. Ces prochaines années, l'accent devrait être mis sur l'application de la loi. <

À quel point la dépendance réelle est grande

Patrick L. Krauskopf est responsable de l'étude commandée par l'UPSA. « Les investissements des garagistes liés aux marques sont insuffisamment protégés. Le droit des cartels et la COMCO peuvent fixer des conditions-cadres équitables », explique le professeur de la ZHAW. Voici un résumé de ses conclusions. **Tatjana Kistler**, rédaction

■ Monsieur Krauskopf, dans quelle mesure les garagistes doivent-ils être protégés lorsqu'ils réalisent des investissements importants requis par les marques ?

Prof. Patrick Krauskopf : Nous avons constaté scientifiquement que les investissements liés aux marques sont insuffisamment protégés. La durée d'amortissement est bien plus longue que le délai de résiliation minimum. Du point de vue économique, une protection suffisante devrait combiner un délai de résiliation minimum et d'autres mesures de protection, comme l'indemnisation et le remboursement des frais.

Quel est le droit qui s'applique ?

Certains contrats automobiles peuvent être régis par le droit des contrats ou le droit du travail ou constituer des contrats d'agence : tout dépend du degré de dépendance du garagiste vis-à-vis de l'importateur. Tous types de contrats confondus, le droit des cartels protège les entreprises dépendantes de l'imposition unilatérale de conditions commerciales inéquitables, notamment des clauses contractuelles relatives à des investissements liés à la marque. Une comparaison avec le droit contractuel dit « dispositif » peut mettre en évidence ce qui est considéré comme inéquitable et donc contraire au droit des cartels. Le droit contractuel dispositif veille d'ordinaire à un juste équilibre entre les intérêts des co-contractants.

Quelle protection échoit aux garagistes ?

Les investissements peuvent être protégés par une durée minimale du contrat, par

exemple de cinq ans, par des délais de résiliation adéquats et par des mesures comme le remboursement des avances et des frais pendant et après la durée du contrat ou l'indemnisation/le dédommagement des investissements liés aux marques. D'autres conditions applicables à la résiliation sont l'obligation de justification, une limitation claire des motifs possibles pour résilier le contrat, les conditions de retrait, le traitement des données des clients et les droits sur celles-ci, ainsi qu'une indemnité adaptée pour la clientèle.

« Il est indispensable que les tribunaux et les autorités fassent appliquer activement le droit des cartels. »

Professeur Patrick L. Krauskopf

Dans votre étude, vous constatez que tout cela est cependant bien éloigné de la réalité.

La pratique montre que la protection contractuelle des investissements est insuffisante, indépendamment des règles de la Comauto (voir encadré). Cela s'explique par plusieurs raisons. D'une part, les contrats ne peuvent pas être attribués de manière univoque à un type de contrats. On ne sait donc pas avec certitude quelles normes de droit contractuel s'appliquent. Cette incertitude sert les importateurs. D'autre part, l'importateur se situe d'ordinaire « du bon côté du manche », c'est-à-dire que le garagiste est souvent dépendant de lui, économiquement par-

lant. Ce qui lui confère une position de force (relative) dans les négociations.

Comment atteindre tout de même la meilleure protection possible ?

En combinant les moyens existants. Le droit des contrats contient différents éléments de protection pouvant être associés au délai de résiliation d'au moins deux ans de manière à assurer une protection adéquate des investissements liés aux marques.

Comment la politique peut-elle et doit-elle soutenir les garagistes ?

Ces douze derniers mois, nous avons constaté que faire valoir le respect des prescriptions du droit des cartels et de la Comauto vis-à-vis des importateurs devant les tribunaux suisses constitue un obstacle financier parfois trop important pour les garagistes. Il est donc nécessaire que la COMCO ait véritablement la volonté de faire appliquer la Comauto : c'est plus utile que de renvoyer les garagistes lésés devant des juges civils. Par conséquent, l'économie et la politique sont non seulement appelées à mettre à la disposition des tribunaux et de la COMCO les moyens de protéger les concessionnaires et les ateliers contre les pratiques contraires au droit des cartels, elles sont aussi légitimées à attendre cette protection de la part des tribunaux et de la COMCO. <



Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf

Visana Services AG

www.visana.ch

> Avez-vous pensé à votre assurance de protection juridique privée en matière de circulation ?

pd. Pas obligatoire, mais fortement recommandée : tel est l'avis des spécialistes de l'assurance de protection juridique privée en matière de circulation. Chez Visana, vous êtes couverts en cas de sinistre jusqu'à hauteur de CHF 250 000.-. Et ce, pour une prime annuelle avantageuse. Les litiges juridiques peuvent rapidement devenir onéreux. Il est alors appréciable de pouvoir compter sur le soutien et les conseils de spécialistes. Et vous, avez-vous pensé à conclure une assurance en la matière ?

La protection juridique en matière de circulation n'est pas réservée aux automobilistes

Naturellement, la conclusion d'une assurance de protection

juridique en matière de circulation est avant tout recommandée aux automobilistes, car les procédures juridiques peuvent rapidement se révéler coûteuses en cas de blessures corporelles. Mais la protection juridique en matière de circulation peut également être utile pour les conducteurs et conductrices de scooter, de vélo électrique ou de vélo de course. De même pour les passagers et passagères de bus et les piétons et piétonnes.

Que comprend l'assurance de protection juridique de Visana ?

- Couverture des frais jusqu'à CHF 250 000.- pour un cas de sinistre assuré.
- Prise en charge des frais d'avocat et de justice.
- Couverture des coûts des



Une protection optimale sur la route avec Visana.

expertises ainsi que des éventuels dépens.

- Assistance juridique par des spécialistes.
 - Conseils juridiques gratuits par téléphone.
 - En plus : pas de franchise à votre charge, pas de montant minimal de litige.
- Si vous avez conclu l'assurance de base auprès de

Visana, vous pouvez bénéficier de cette assurance de protection juridique performante à une prime attrayante. Visana vous offre par ailleurs un conseil complet et un règlement des sinistres simple. Vous trouverez de plus amples informations sur l'assurance de protection juridique sur www.visana.ch/protectionjuridique. <

Une assurance collective votre service

Nos conditions spéciales
particulièrement attrayantes

**Notre cadeau pour vous:
bon Coop d'une
valeur de 30 francs**

En exclusivité pour les membres de l'Union professionnelle suisse de l'automobile (PSA)

Pour nous, la qualité du service et la satisfaction de notre clientèle sont essentielles. Demandez une offre ou un entretien de conseil d'ici 30.06.2018 et vous recevrez un bon Coop d'une valeur de 30 francs comme cadeau de bienvenue.

Visana Services SA, Weltpoststrasse 19, 3000 Berne 15

tél. 0848 848 899, www.visana.ch

Contrat collectif: UPSA - Union professionnelle suisse de l'automobile (1.004181.000.1)

A votre service, tout simplement.

Protekta

www.protekta.ch

> Protection juridique pour les garagistes

pd. Différends juridiques avec les clients ou les fournisseurs ?

En concluant une protection juridique contractuelle, vous pouvez compter sur un partenaire solide et obtenez aussi une couverture dans d'autres domaines juridiques. Un litige peut très vite engendrer d'énormes frais. Vous pouvez diminuer ce risque financier avec une assurance Protekta. La filiale de La Mobilière assume les frais d'avocat, de tribunal et d'expertise jusqu'à CHF 1 mio. De plus, vous profitez de renseignements juridiques gratuits par téléphone de la part de nos juristes via notre JurLine. Particulièrement important pour les membres de l'UPSA: les litiges découlant du contrat de concession et d'un contrat de partenariat de ser-

vice avec l'importateur automobile ayant son siège en Suisse sont couverts. Les membres de l'UPSA profitent également d'une couverture d'assurance lors de courses d'essai avec les voitures de leurs clients.

Éviter un risque financier inutile

Saviez-vous que selon le code de procédure civile le demandeur doit assumer l'avance des frais d'un procès ? L'assurance de protection juridique devient plus importante que jamais ! Le tribunal peut exiger du demandeur une avance de frais pouvant aller jusqu'à 100 % des frais judiciaires présumés. Si le demandeur gagne le procès et si la partie adverse doit assumer les frais judiciaires, le demandeur ne reçoit pas automatique-

ment le remboursement de la part du tribunal. Il doit désormais les exiger à la partie adverse. Les litiges peuvent concerner divers domaines de droit. Voici quelques exemples concrets :

- **Droit contractuel**: litiges découlant de l'achat, la vente, la location de biens mobiliers (par ex. véhicules à moteur)/ du contrat d'entreprise (réparation de véhicules à moteur).
- **Droit du travail**: un employé fait valoir à tort des heures supplémentaires.
- **Droit des assurances**: votre assurance-accident réduit ses prestations.
- **Droit du voisinage**: votre voisin est importuné par les nuisances sonores de votre activité.

- **Droit du bail**: le bailleur de votre local commercial résilie le contrat hors délai.

Offre spéciale

pour les membres UPSA

Les membres UPSA profitent de primes avantageuses et d'une offre de protection juridique spécifique à la branche de l'automobile. De plus, nous proposons au propriétaire ou au gérant de garage une assurance de protection juridique privée et circulation complète, pour vous et votre famille, à un tarif très avantageux: elle ne vous coûtera que CHF 270.- au lieu de CHF 420.-. <

Mobi24

www.mobi24.ch

> Dépannage pour vos clients



Carta mobilità UPSA

Il corretto comportamento in caso di panne:

1. Sostare
2. Mantenere la calma
3. Accendere i lampeggiatori di emergenza
4. Indossare il giubbotto segnaletico
5. Posizionare il triangolo ad una distanza di 50-100 m
6. Chiamare il numero d'emergenza UPSA +41 (0)31 307 15 19 e chiedere aiuto



117
Polizia



118
Pompieri



144
Emergenza
sanitaria



112
Numero
d'emergenza int.

AGVS | UPSA
Auto Garantieverband Schweiz
Unione professionale svizzera dell'automobile

Partner prestazioni Assistance

la Mobilière

pd. La carte de mobilité avec couverture européenne est toujours disponible pour vos clients. Combinée à un portail en ligne simple à utiliser, elle constitue un outil efficace pour fidéliser votre clientèle à des conditions attrayantes.

Pourquoi chaque détenteur de véhicule doit-il recevoir la carte UPSA ?

- Dépannage et remorquage en Suisse et à l'étranger.
 - Garantie mobilité indépendamment de la marque et de l'âge du véhicule.
 - Si un service est fait tous les ans ou les deux ans, la carte de mobilité sert de complément aux couvertures existantes offertes par la marque.
- Qui garantit un service d'assistance irréprochable ?**

- Partenariat entre l'UPSA et La Mobilière qui démontre son efficacité depuis plusieurs années.
- Des garages indépendants fournissent une assistance rapide et compétente 24 h sur 24 sur mandat de Mobi24 Call-Service-Center SA. Soutien des conseillers clientèle UPSA pour la gestion administrative de la carte.

Comment commander la carte de mobilité ?

Pour obtenir le mot de passe et pour toute question sur l'utilisation et la gestion des cartes, veuillez vous adresser au secrétariat de l'UPSA à Berne au 031 307 15 15 ou sur www.upsa-agvs.ch. <

Concepts de garage

Aide au marketing incluse ?

Être associé à une marque forte, avoir accès à des données automobiles et à des formations : s'affilier à un concept d'atelier présente des avantages pour les petits garages et les concessionnaires multi-marques. Mais outre des campagnes de marketing à l'échelle suisse, qu'offrent au juste les partenaires de concepts pour aider les garages à se positionner, dans leur région, en tant que prestataires globaux de mobilité ? **Tatjana Kistler**, rédaction

■ Pourquoi les garagistes optent-ils pour des solutions conceptuelles ? Tout d'abord pour les activités de marketing, la palette de base des instruments commerciaux des grands fournisseurs de concepts étant comparativement très riche. Posters téléchargeables, flyers, spots radiophoniques, le tout agrémenté d'une identité visuelle reconnaissable : la recette semble simple et reproductible à l'infini.

Mais à côté de l'aspect financier (coûts de création du logo, d'impression, etc.) pourquoi vaut-il la peine de s'affilier à un réseau de garages ? **Sascha Vogel**, responsable du concept **Autofit** chez **Hostettler Autotechnik AG**, répond : « Le standard de qualité du parc de véhicules en Suisse ayant nettement augmenté ces dernières années, on a besoin de moins en moins de réparations. Si l'on ajoute à cela les intervalles de service de plus en plus longs, le résultat est que rares sont les garagistes qui réussissent à s'en sortir avec leur clientèle régulière. Ils doivent donc toucher de nouveaux clients et les convaincre des prestations qu'ils offrent. Pour renforcer sa notoriété sur le plan national, il est indispensable qu'une marque conceptuelle comme **Autofit** s'ancre au niveau régional. »

De nouvelles priorités se font jour

Niklaus Huwyler, responsable des concepts d'ateliers et de la fidélisation de la clientèle à l'ESA, souligne un défi supplémentaire en matière de communication : le déplacement du marketing vers la grande Toile anonyme. « Parallèlement à la technique automobile, le comportement des gens, et donc des clients, évolue très rapidement à cause de la numérisation. Celle-ci n'a pas que des effets sous le capot des voitures, mais aussi dans l'interaction avec la clientèle ». Il faut aujourd'hui s'adresser

individuellement à chaque client (voir articles pp. 24 et 25). C'est la raison pour laquelle l'ESA a fait de ce défi le thème de son meeting académique du 10 janvier 2018.

Les besoins en formation varient

Les fournisseurs de concepts notent-ils encore des besoins de sensibilisation sur le thème du marketing et de la communication ? « Certains propriétaires d'entreprises actifs

et bien formés, par exemple des gestionnaires d'entreprises diplômés de la branche automobile, utilisent déjà différents canaux de marketing et sont très friands de nos activités. Tandis que d'autres entreprises, habituées encore à ce que les nouveaux clients arrivent d'eux-mêmes, n'ont pas de véritable programme de marketing et de vente avant de s'affilier au concept » explique **Sandro Francescutto**, de **Bosch Car Service**. <

Autofit

Comment le partenaire de concept peut-il attirer l'attention sur lui en tant que prestataire de mobilité ?

Sascha Vogel, responsable du concept Autofit, Hostettler Autotechnik AG : L'élaboration d'un concept de communication professionnel prend énormément de temps à un garage et lui coûte cher. **Autofit** lui offre donc tous les outils nécessaires pour une communication professionnelle cohérente. Le partenaire n'a plus qu'à choisir, dans notre portefeuille de prestations, les supports de communication les plus judicieux pour son entreprise.

Quelle forme prend, dans votre concept, le soutien en matière de marketing et de communication ?

Depuis plus de 20 ans, **Autofit** mène des campagnes de communication nationales positionnant le concept comme « le garage de marque pour toute voiture », en insistant sur ses qualités : « personnel, compétent, équitable ». Pour assurer le lien entre le partenaire **Autofit** et la marque, commercialisée à l'échelle nationale, nous proposons un grand nombre de supports publicitaires régionaux comme des flyers, des brochures d'informations, des modèles d'annonces et des cadeaux publicitaires.

Quelles libertés les partenaires du réseau ont-ils dans la conception de leur site web et de leur publicité ?

Nos partenaires ont toute la liberté souhaitée à l'intérieur du cadre conceptuel fixé par **Autofit**. Ils sont et restent des entrepreneurs indépendants pouvant déterminer eux-mêmes le contenu et l'ampleur de leur communication dans leur région.

Swiss Automotive Group *

Comment le partenaire de concept peut-il attirer l'attention sur lui en tant que prestataire de mobilité ?

Felix Schwaninger, responsable des concepts d'atelier, SAG Services AG : Par des mesures publicitaires ciblées dans tous les domaines de l'atelier. Nous offrons aussi aux partenaires de notre réseau le choix entre différentes campagnes de marketing individualisables.

Quelle forme prend, dans votre concept, le soutien en matière de marketing et de communication ?

D'ordinaire, nos partenaires, qu'ils soient des garages indépendants ou des concessionnaires, ne sont pas des spécialistes du marketing. Ils apprécient donc de recevoir un large soutien dans ce domaine. Nous leur envoyons toute sorte de matériel sous la forme électronique, en fichiers PDF ou sur papier : il n'existe presque aucune forme de soutien en matière de communication que nous ne puissions offrir.

Quelles libertés les partenaires du réseau ont-ils dans la conception de leur site web et de leur publicité ?

Les partenaires de notre réseau sont des entrepreneurs indépendants. Nous sommes des prestataires, nous leur fournissons du soutien, mais nous leur garantissons toute la liberté qu'ils souhaitent, à l'exception des logos, qu'ils n'ont pas le droit de modifier.

* Appartiennent au SAG les concepts de garage de Technomag (AutoCoach, carXpert, carXpert Carrosserie, myGarage) et de Derendinger (Unicar, Garage plus, Carrosserie plus, Car Diagnostic).



ABARTH - ALFA ROMEO - BANNER - BRIDGESTONE - CASTROL - CHRYSLER - CONTINENTAL - COOPER - DAIHATSU - DODGE - DUNLOP - FALKEN - FIAT - FIAT PROFESSIONAL - FORD -

Vous cherchez des pièces d'auto, nous avons le webshop.

Chez nous vous recevez des pièces détachées d'origine, pneus, lubrifiants, batteries et accessoires - tout d'une seule source. Produits de qualité à des prix honnêtes - livrés dans toute la Suisse jusqu'à trois fois par jour.

ABARTH - ALFA ROMEO - BANNER - BRIDGESTONE - CASTROL - CHRYSLER - CONTINENTAL - COOPER - DAIHATSU - DODGE - DUNLOP - FALKEN - FIAT - FIAT PROFESSIONAL - FORD -



Le marketing aide à se faire connaître et à se profiler, mais il a un coût. Les concepts de garage misent sur le travail de publicité par différents moyens.

Le Garage

Comment le partenaire de concept peut-il attirer l'attention sur lui en tant que prestataire de mobilité ?

Niklaus Huvlyer, responsable des concepts d'ateliers et de la fidélisation de la clientèle, ESA : Le travail de marketing et de communication régional est important. Nous pouvons certes renforcer la marque par des opérations à l'échelle nationale. Mais en fin de compte, le succès de nos partenaires dépend de leur clientèle régionale, et donc du travail de marketing et de communication local. En utilisant notre marque, le partenaire de notre concept profite du positionnement multi-marques que nous promovons depuis 1999. Dans la publicité nationale, nous présentons la marque et ses partenaires comme des solutionneurs de problèmes dans le domaine de l'automobile.

Quelle forme prend, dans votre concept, le soutien en matière de marketing et de communication ?

Nos partenaires peuvent choisir, dans notre outil de communication, différents supports publicitaires que nous fabriquons selon leurs besoins. Il inclut, entre autres, des flyers pour les activités saisonnières, des affiches et des annonces.

Quelles libertés les partenaires du réseau ont-ils dans la conception de leur site web et de leur publicité ?

Fondé sur l'esprit de coopérative de l'ESA, notre concept laisse plus de liberté aux partenaires que les autres marques. Ce sont eux qui savent le mieux comment s'adresser à leur clientèle. Naturellement, ils doivent respecter les instructions de la marque, de manière à pouvoir profiter des synergies de tous les partenaires.

Repanet Suisse

Comment le partenaire de concept peut-il attirer l'attention sur lui en tant que prestataire de mobilité ?

Patrizia Santarsiero, coordination, Repanet Suisse : Nous sommes un réseau de partenaires pour les entreprises de carrosserie et de peinture automobile haut de gamme. Notre priorité, ce sont les formations continues pour les prestataires. Nous fournissons de l'aide dans le domaine du marketing, des conseils d'exploitation et des prestations proches de la pratique. Cependant, notre palette d'offres est comparable à celle d'un centre de fitness: nous offrons tout ce dont nos partenaires ont besoin pour s'affirmer sur le marché, mais l'entraînement, c'est-à-dire la mise en valeur de ces prestations et l'utilisation de ces services, est du ressort des membres eux-mêmes.

Quelle forme prend, dans votre concept, le soutien en matière de marketing et de communication ?

La cotisation annuelle comprend nos prestations de base comme des cours techniques, un service de conseil et du soutien lors de différents événements. Que nos entreprises partenaires veuillent mettre sur pied une campagne publicitaire, recevoir des conseils pour une installation publicitaire lumineuse ou améliorer leur site Internet, elles peuvent le faire en composant leur propre bouquet Repanet.

Quelles libertés les partenaires du réseau ont-ils dans la conception de leur site web et de leur publicité ?

Les membres du réseau sont libres, mais ils utilisent exclusivement nos produits. Il est toutefois important que les entrepreneurs tiennent compte du marché et se concentrent sur de nouveaux segments de clients.

Bosch Car Service

Comment le partenaire de concept peut-il attirer l'attention sur lui en tant que prestataire de mobilité ?

Sandro Francescutto, responsable des concepts de garage, Robert Bosch SA : Grâce à notre marque, connue dans le monde entier et reconnue pour sa qualité dans le secteur automobile. Notre notoriété et notre savoir-faire technique issu de la première monte permettent d'établir tout de suite une base de confiance avec les nouveaux clients.

Quelle forme prend, dans votre concept, le soutien en matière de marketing et de communication ?

Nous scindons nos activités de marketing saisonnières en trois: Home, Outdoor et Point of Sales (POS). Concrètement, nous distribuons, par exemple, des tout-ménage de huit pages dans un périmètre de quinze kilomètres. Les automobilistes voient également nos publicités sur des affiches dans la rue, ou les entendent à la radio. Une fois qu'ils arrivent sur place, nous informons et distrayons nos clients avec notre propre POS-TV, des posters, des brochures B2C-/B2B et des offres promotionnelles. Ces campagnes sont diffusées en ligne et sur les réseaux sociaux. Ainsi, rien que sur Facebook, nous comptons déjà plus de 26 000 abonnés.

Quelles libertés les partenaires du réseau ont-ils dans la conception de leur site web et de leur publicité ?

Presque tous nos instruments de marketing sont individualisables. Afin de ne pas devoir réinventer tous les supports de communication, nous mettons de nombreux modèles à disposition. Nous discutons par ailleurs de nos activités avec l'association des concessionnaires et les examinons du point de vue de leur mise en pratique.

GOODYEAR - JEEP - LANCIA - LEXUS - MG - MICHELIN - MOBIL - MOTOREX - NOKIAN - OSRAM - PANOLIN - PIRELLI - ROVER - THULE - TOYOTA - VREDESTEIN - WYNN'S - YOKOHAMA



et et...

Commandez maintenant:

- > E-Shop: shop.fibag.ch
- > E-Mail: orders@fibag.ch
- > Hotline: 062 285 61 30

FIBAG

Fibag SA
Lischmatt 17
4624 Härkingen

GOODYEAR - JEEP - LANCIA - LEXUS - MG - MICHELIN - MOBIL - MOTOREX - NOKIAN - OSRAM - PANOLIN - PIRELLI - ROVER - THULE - TOYOTA - VREDESTEIN - WYNN'S - YOKOHAMA

Conseils et astuces

Fidéliser les clients, c'est savoir les enthousiasmer et les satisfaire



« Les nouveaux clients coûtent cher, les clients réguliers rapportent » : cette vérité censée être évidente met le doigt sur un élément trop souvent oublié dans le quotidien des garages. C'est en utilisant des formes de communication simples que le garagiste exploite à long terme un marketing de qualité, créateur de confiance pour faire des nouveaux clients de véritables fans. Beat Jenny, responsable de cours de l'UPSA, explique la façon dont les clients satisfaits deviennent à long terme les meilleurs ambassadeurs de la marque d'un garage. **Tatjana Kistler**, rédaction

■ « De nos jours, un client satisfait n'est plus une fin en soi », affirme Beat Jenny (voir encadré), « il en va désormais de la capacité d'enthousiasmer les clients et de dépasser leurs attentes. » Pour l'expert, la première étape de la fidélisation du client répond au mot d'ordre suivant : « Épatez vos clients et optimisez automatiquement leur satisfaction. Bref, faites de vos clients de véritables fans. » Cet enthousiasme contagieux doit devenir un avantage pour que le marketing devienne monnaie courante. Il s'agit de promouvoir le bouche-

à-oreille, de générer des demandes, d'acquérir de nouveaux clients. Mais au fait, la fidélisation clients, qu'est-ce que c'est ? Beat Jenny en fait la démonstration avec un garage de taille moyenne : « Le client est contacté quelques jours après réception de son véhicule. Puis il reçoit généralement de la publicité de la marque et du garage à intervalles trimestrielles, le tout assorti d'invitations à participer à des expositions et des manifestations, etc. Soyons honnêtes : ce type de communication ne poursuit qu'un but : vendre. » Le marketing se concentre sur les accessoires supplémentaires saisonniers tels que les pneus ou les actions dédiées aux véhicules d'occasion. Mais le rôle du garagiste, personne de confiance et prestataire globale de mobilité, passe à la trappe.



Beat Jenny

L'économiste d'entreprise ES travaille en tant qu'entraîneur, coach et conseiller exclusif au sein de l'industrie automobile. Il s'appuie sur son expérience de longue date en matière de marketing et de communication. Mélanger les approches de vente classiques aux nouveaux médias est une de ses spécialités. Beat Jenny est en outre formateur pour l'UPSA.

www.trepos.ch / www.beat-jenny.ch

Fini la publicité produits, place à la fidélisation clients

Autrement dit : finissons-en de la pure communication produits, penchons-nous sur la fidélisation des clients. « Quelle attention apportons-nous au client ? À une époque où la loyauté est de plus en plus mise de côté, pensez-vous qu'il suffit d'envoyer une invitation pour l'exposition de printemps ? » lance Beat Jenny. À époque extraordinaire, approches marketing extraordinaires, souligne l'expert

en marketing: « Il faut des approches dans lesquelles la vente est reléguée au second plan pour se concentrer sur l'expérience, la relation au garage et l'individu. Puisque les individus achètent à d'autres individus. »

Quel est l'investissement pour de la fidélisation active ?

Il suffit de jeter un œil au budget publicitaire d'un garage: quelle partie des dépenses est réellement investie dans la fidélisation des clients? À l'inverse, quelles sont les dépenses relatives à l'acquisition de nouveaux clients? « La majorité des garages investit plus volontiers est plus rapidement dans l'acquisition de nouveaux clients », explique Beat Jenny. La publicité dédiée aux nouveaux clients suit souvent des structures classiques: annonces dans journaux et à la radio, dépliants et affiches publicitaires font depuis longtemps partie du peloton de tête. « Fidéliser les clients implique cependant de faire preuve d'un travail créatif à petite échelle, auprès de chaque client, de façon constante et durable. C'est un travail dur et extrêmement intense », ajoute Beat Jenny. Il convient de se poser la question suivante: « Quelle importance suis-je prêt à accorder à un client régulier? »

Un client acquis n'est que le début d'une longue relation

« Prenons un client qui achète aujourd'hui chez vous un nouveau véhicule. Cette relation va perdurer pour les prochaines dix à douze années: la vente du véhicule n'est que le début d'une longue relation, qu'il s'agisse du secteur vente ou de l'atelier », explique Beat Jenny. Car ce n'est pas le produit, mais bien le client qui doit retourner au garage. « Parvenir à cela à une époque où l'on accorde de moins en moins d'importance à la loyauté nécessite d'entretenir un contact personnel et de façonner la communication en conséquence. » Une relation basée sur la communication nécessite soin et planification. « Reconquérir un client perdu coûte le triple des frais engagés au maintien de la relation à un client existant », compare Beat Jenny. Les frais d'acquisition de nouveaux clients sont encore bien plus famélicieux. Comparé à la fidélisation active des clients, Beat Jenny estime que les coûts sont multipliés par sept.

La fidélisation clients, une histoire de chef

Le contact personnel entre le chef et le client est tout aussi décisif: « S'il parvient à dire bonjour au client et à le remercier personnellement de la confiance accordée lors de la remise du véhicule, il marque déjà un bon point. » Mais il faut absolument que cela surprenne le client, il ne faut en aucun cas que cela paraisse faux ou donne l'impression de répondre à une obligation. « Il est impératif que cela se fasse de manière spontanée, sincère et amicale. Le chef est aussi celui qui offre le café et ressert un verre d'eau. » Si la direction montre l'exemple en matière de fidélisation et de respect envers le client, cette philosophie se communique automatiquement aux collaborateurs pour atteindre finalement la clientèle.

Un SMS avant le rendez-vous

« Tous les dentistes le font: 24 heures avant le rendez-vous, le cabinet envoie un bref SMS de rappel », c'est ainsi que Beat Jenny reprend un instrument marketing d'usage dans une autre branche. « Et le dentiste sait à quel point c'est important. L'absence du client génère des frais pour les deux parties. » Selon Beat Jenny, il ne faut cependant pas évaluer cette communication selon un aspect préventif mais également de fidélisation: « Ce rappel est considéré comme une petite attention et ne dérange quasiment personne. »

Un SMS après le rendez-vous

Il est également envisageable d'envoyer un SMS ou un message WhatsApp après le rendez-vous pour simplement dire merci: merci pour la confiance que vous nous accordez, pour l'essai sur route, pour la discussion. En résumé: montrer au client dans une forme brève mais des plus efficaces qu'il est estimé.

Prêter attention au client

Autre alternative de communication, Beat Jenny propose la création d'un comité clients, une idée qui porte déjà ses fruits dans les garages allemands. « Il s'agit d'inviter au garage cinq clients différents par semestre, voire par trimestre, pour prendre note de leurs remarques concernant le service, le garage, les collaborateurs etc. et de chercher le dialogue », résume-t-il. Le mot d'ordre est le suivant: les clients aident le garagiste en lui indiquant directement ses points forts et les éléments qui font encore défaut. « Il est primordial que les clients montrent leurs exigences, car c'est la seule manière d'évoluer dans leur sens. » <

Astuces pour la communication quotidienne

Le marché est saturé, la loyauté décline mais l'individu reste l'élément central. Beat Jenny dispense quelques conseils pour communiquer avec la clientèle:

- Ne vous contentez pas de maintenir la relation à vos clients, enthousiasmez et épatez-les à l'aide d'une communication attentive et courtoise.
- Un merci peut faire des miracles. Exemple: un courrier aimable de la direction après la remise d'un véhicule. Il est envisageable d'y ajouter un bon de lavage.
- Un carnet de bons valable pour différentes prestations pour tous les clients faisant régulièrement appel à vous depuis plus de trois ans.
- L'appel spontané du gérant ou du directeur des ventes visant à s'assurer que le service répond aux attentes.
- Une boisson ou une douceur pour le trajet de retour après la visite à l'atelier.
- Des rabais de fidélité et de réels avantages pour les clients de longue date.
- Le samedi, ouvrir non seulement le service de vente, mais également l'atelier, ceci afin de servir les clients.
- Un atelier in-house concernant par exemple le nettoyage automobile.
- Les horaires d'ouverture sont calqués sur les besoins des clients. À une époque où les magasins de meubles et les supermarchés sont ouverts jusqu'à 20 heures, est-il encore bien raisonnable de fermer un atelier/garage à 13 heures, le samedi?
- Excursions dans l'usine de production ou aux manifestations automobiles proches telles que les expositions ou les circuits en véhicule ancien; se rendre ensemble en bus ou en car à un salon professionnel à Genève, Milan ou Francfort.
- Des tickets pour les manifestations sportives de la région, lors desquelles vous, garagiste, faites office de sponsor.
- Lancer une conférence dans votre propre showroom, éventuellement tenue par un de vos clients, ou encore une discussion régionale, une plateforme pour politiciens, associations économiques, etc.
- Ou tout simplement inviter à participer à une randonnée, une soirée jass ou un week-end au ski.

800 participants dans le Kursaal à Berne

Le nombre d'inscriptions pulvérise

Ce qui était à peine imaginable au vu de la capacité du Kursaal s'est désormais matérialisé : la prochaine Journée des garagistes suisses du 17 janvier 2018 aura lieu à guichets fermés. On compte aujourd'hui 800 inscriptions, un nouveau record de fréquentation. L'UPSA et les sponsors du colloque en sont ravis et les intervenants et les participants aux débats en sont honorés. **Reinhard Kronenberg**, rédaction



■ « Mi-novembre, on avait déjà atteint le niveau de l'an dernier des inscriptions au colloque UPSA », affirme Monique Baldinger, responsable de l'organisation de la journée au sein de l'UPSA. « Et nous n'imaginions pas du tout que nous serions confrontés à la limite de capacité de la salle ». L'UPSA que les experts participants en tirent une grande satisfaction.

Deux facteurs ont contribué à ce succès : la Journée des garagistes suisses s'est fortement développée ces dernières années et est devenue, de loin, la manifestation spécialisée la plus importante et la plus grande de la branche automobile suisse, et d'autre part, le programme 2018 s'annonce haut en couleur. Sous le titre « Mission mobilité : le rôle des garagistes, ce qui change et ce qui reste », l'UPSA expliquera l'impact des plans des constructeurs sur le futur modèle commercial des garagistes à l'ère de la numérisation.

La vision exclusive du professeur Ferdinand Dudenhöffer

Parmi les invités figurent notamment Marc Walder, initiateur de digitalswitzerland et CEO de Ringier SA, Jean-Charles Herrenscheidt, président du Conseil Européen du Commerce et de la Réparation Automobiles (CECRA), et Gerhard Schürmann, CEO d'Emil Frey SA, Peter Goetschi, président du TCS, et Andrea Back, professeure à la HSG, dont les étudiants ont esquissé les modalités commerciales futures dans le cadre d'un travail. En exclusivité pour les participants au colloque, le professeur Ferdinand Dudenhöffer, l'un des meilleurs connaisseurs de la branche automobile, partagera sa vision des années à venir.

Haug et Illien réunis pour la première fois

Le Dîner des Garagistes, déjà dans sa troisième édition, enregistre lui aussi un record de fréquentation. Alors que le comédien allemand Dr. Jens Wegmann, alias Jan Ditgen, a fait rire toute la salle l'an dernier, le dîner 2018 sera placé sous le signe de l'émotion : Norbert Haug

et Mario Illien se rencontreront en effet pour la première fois en public pour porter ensemble un regard rétrospectif sur leurs succès en Formule 1 dans les années 1990. En 1998, le duo a réussi le tour de force de monter sur la première marche du podium sous les couleurs de Mercedes, après des décennies d'absence. À l'époque, Norbert Haug était le patron des sports chez Mercedes et Mario Illien fournissait le moteur de la victoire.

Wolfgang Schinagl, le CEO d'auto-i-dat, s'est lui aussi réjoui du nouveau record de fréquentation au dîner. Alors qu'il avait entendu parler de l'idée du « dîner des garagistes » il y a deux ans, il s'est immédiatement montré enthousiaste et a fait tout son possible pour soutenir le projet en tant que sponsor principal. « Il est très plaisant de se voir confirmé dans ses choix et de pouvoir sponsoriser activement cette



800 participants sont attendus le 17 janvier au Kursaal.

le record



Source d'inspiration : la vue du Kursaal de Berne au-dessus de la ville fédérale.

manifestation automobile spécialisée qui est devenue la plus importante de Suisse », affirme-t-il en repensant à la soirée. <

« Reportage en direct » sur UPSA Online

Avec la clôture des inscriptions, ceux qui ont manqué de s'inscrire ne pourront être que déçus. « Je suis vraiment navrée pour tous ceux qui ont tardé à s'inscrire et qui voulaient encore le faire à la dernière minute », regrette Monique Baldinger. Les retardataires pourront toutefois suivre la manifestation sur upsa-agvs.ch.

La rédaction de l'UPSA accompagne la journée sur place et rendra compte en continu des exposés et des débats. Les personnes intéressées trouveront le programme et les reportages sur la page d'accueil le 17 janvier 2018.

Ceux qui souhaitent s'inscrire sur la liste d'attente peuvent envoyer un e-mail à l'adresse monique.baldinger@agvs-upsa.ch.



JOURNÉE DES GARAGISTES SUISSES 2018

Le mercredi, 17 janvier 2018 au Kursaal Berne

MISSION MOBILITÉ

Le rôle du garagiste, ce qui change – ce qui est maintenu.

Le colloque est soutenu par :



Le « Dîner des garagistes » est soutenu par :



« Le modèle d'affaire du garagiste » selon les scientifiques

« Le marché des services de mobilité »

Les tendances et les modèles commerciaux du secteur de la mobilité font les gros titres. Néanmoins, personne, ou presque, ne se préoccupe du rôle du garagiste en tant que partie prenante de l'écosystème futur de la mobilité. Andrea Back, professeure à l'université de Saint-Gall s'est penchée sur la question avec une équipe de l'UPSA et un garagiste. Les résultats sont surprenants. **Reinhard Kronenberg**, rédaction

■ Professeure Back, vous avez étudié les modèles commerciaux futurs des garagistes pour le compte de l'UPSA. Quelles sont vos principales conclusions ?

Andrea Back : Il y a un peu plus d'un an, nous avons élaboré avec une équipe d'étudiants une « Image de l'avenir 2025 » contenant des concepts de prestations à titre d'exemples. Nous avons même mis en place un site Internet : www.garagenvision2025.ch. Il illustre la manière dont les tendances se transformeront en possibilités commerciales nouvelles. Les images de l'avenir font office de point de départ et de base commune de compréhension pour aboutir à des actions concrètes à partir de discussions pures. Un an et demi après l'achèvement du projet, notre travail reste valable et tout aussi opportun.

Quelles sont selon vous les perspectives d'avenir de la branche ?

Alors que la voiture remplaçait la calèche, le nombre de chevaux baissait de 88 % en l'espace d'un demi-siècle. Pourtant, il y a eu largement plus de voitures que de calèches. L'évolution que connaissent les véhicules équipés d'un moteur à combustion interne sera bien plus rapide et intense mais cela ne signifie pas pour autant que la branche automobile court à sa perte. La mobilité individuelle est un besoin profondément ancré. Pourquoi le marché des services liés à la mobilité ne pourrait-il pas proposer de nouvelles opportunités commerciales et croître ? Il est toutefois impossible de prévoir comment la mutation structurelle se déroulera précisément. Celle-ci découle de développements techniques, de décisions et d'actions qui sont entreprises au fil du temps. Dans cette mesure, la seule chose dont nous pouvons être certains est que l'unique constante sera ... le changement. Mais ce changement sera marquant, j'en suis persuadée.

Pour le membre de l'UPSA qui se pose des questions sur son avenir, votre déclaration manque un peu de solidité...

J'en suis consciente mais je suis une scientifique et pas une voyante. Je suis fondamentalement convaincue que les produits tels que des voitures (que nous pourrions également appeler robots mobiles et intelligents) offriront une large palette d'opportunités commerciales pour le secteur et que les compétences pourront également être déployées pour d'autres types de robots. Ceux qui participeront à la conception entrepreneuriale de cet avenir ou qui évolueront avec ce dernier, trouveront assurément leur place dans cette activité.

Les bouleversements qui s'annoncent dans le secteur de la mobilité sont fondamentaux, le volume d'innovations est à peine compréhensible et la dynamique de l'évolution est très intense. Cela peut entraîner des incertitudes. Quelle attitude recommandez-vous ?

La devise « The best way out is right through » m'a toujours plu et elle m'a souvent aidée : « La meilleure issue est d'y aller franchement ». Il s'agit là d'une bonne attitude, même à une époque marquée par

le changement. Peter Hogenkamp la résumée ainsi il y a peu dans un ex posé consacré à la numérisation des PME : « Quelle que soit la manière dont vous gagnez de l'argent aujourd'hui, quelque chose de mieux se présentera à un moment ou à un autre. Même si ce moment n'est pas encore arrivé, il vaut mieux se familiariser avec les nouveautés potentielles aussi rapidement que possible... ». Il faut donc se forcer, se lancer, essayer.

La numérisation exige de remettre en cause son propre mode de pensée. Comment y arrive-t-on ? Avez-vous une formule magique ?

Désapprendre les anciens savoirs est la meilleure solution lorsqu'on se penche ouvertement sur de nouvelles expériences et lorsqu'on y réfléchit avec curiosité. En tant que propriétaire d'une entreprise, on veut non seulement réfléchir et concevoir mais aussi agir. Les premières étapes importantes pour entrer en action : ne pas seulement lire des articles à propos des nouveautés mais également se forger ses propres expériences, par exemple en utilisant, en tant qu'utilisateur privé, des applications de services de mobilité ou d'autres services numériques. Ce n'est qu'avec de telles découvertes qui permettent de se rendre compte de la réalité qu'on peut se faire une opinion valable et ébaucher des nouveautés solides. Souvent, nous ne remarquons pas qu'en tant que consommateurs, nous évoluons déjà sans efforts dans les univers numériques, que nous réservons des voyages ou faisons nos achats en ligne ou que nous passons à des formes de communication de type WhatsApp, alors que ces approches ne nous viendraient pas du tout à l'idée pour notre travail et pour nos activités.

Vous affirmez que la numérisation est l'affaire du patron. Dans de nombreuses entreprises, surtout des petites, le patron manque de temps pour se préoccuper des développements futurs. Et le savoir-faire numérique fait défaut à de nombreuses personnes. Que faire, alors ?

Je ne voudrais pas faire de moralisme ici, mais de nombreuses entreprises pourraient se dégager du temps pour le travail stratégique si elles organisaient mieux les processus actuels. La mutation fondamentale ne se fera pas du jour au lendemain. Il est parfaitement possible de s'y préparer. J'entends souvent que la pression au sein de l'économie n'est pas encore assez forte pour aborder le problème. C'est justement dans les périodes de calme, et non pas pendant les crises, qu'il vaut mieux investir de l'argent et du temps.

Cela sonne comme une belle théorie. Il n'en reste pas moins que de nombreuses entreprises n'ont pas la capacité nécessaire...

Nombre d'entreprises mettent d'ores et déjà les bouchées doubles : d'un côté, l'activité opérationnelle existante est conduite à l'aide d'améliorations continues ; de l'autre, quelqu'un se préoccupe en parallèle des développements pour l'avenir. Je suis consciente qu'il s'agit là d'un défi. Et aussi que peu d'entreprises parviennent à confier les deux missions à

«connaîtra sans doute une expansion»

la même personne. Dans les grandes entreprises, nous constatons que ce sont souvent les jeunes collaborateurs qui sont impliqués dans ce processus. On parle de programmes d'intrapreneurship. Ces personnes connaissent non seulement très bien l'activité existante mais elles n'ont pas non plus peur de tenter et expérimenter des choses. Il s'agit d'un processus d'apprentissage organisationnel qui nécessite de la patience et un travail continu de conception. Le dirigeant exposé à la mutation n'est efficace que s'il intériorise les décisions d'avenir et s'il se comporte comme une figure d'identification. Il faut se donner du temps pour cela.

Pour développer de nouveaux services, vous estimez qu'il faut «adopter une attitude radicale du point de vue du client». Est-ce là l'une des clés d'un avenir couronné de succès ?

Sans cette réflexion et sans méthode de management correspondante, le facteur de succès essentiel fait défaut, justement lorsque et parce que les attentes et les comportements des clients évoluent fortement. Il a toujours été important de bien connaître les désirs des clients individuels et de faire preuve d'empathie, indépendamment de la numérisation. De telles connaissances et une telle empathie prennent encore plus d'importance avec la numérisation parce que des possibilités de contact numériques s'ajoutent désormais au contact personnel en face à face. Elles peuvent être conçues de manière variée sur le plan personnel et sont également perçues comme telles. Ces approches de contact numériques sont plus commodes pour le client dans de nombreuses situations, quoique pas systématiquement, si bien qu'elles constitueront son premier choix. Prenons l'exemple de grands-parents qui sont sur Skype avec leurs petits-enfants. Après les premiers échanges, ils ne penseront plus du tout au fait qu'ils font quelque chose de «numérique».

Dans ce contexte, l'entrepreneur du secteur automobile doit se concentrer encore plus sur une utilisation judicieuse des données de ses clients parce qu'elles revêtiront une importance bien plus grande. Comment peut-il s'y prendre ?

Les bons prestataires savent combien il est important de bien connaître son client et de bien gérer les données nécessaires à cela. Mais de nombreuses données disponibles dans les entreprises ne sont pas du tout exploitées. En d'autres termes, il est possible de faire des progrès en utilisant intelligemment les données qui sont déjà à portée de main. Ceux qui se penchent sur la numérisation des processus en vigueur dans les entreprises découvrent souvent tout naturellement les potentiels d'une meilleure exploitation des données. Aussi, recouper les données peut apporter de nombreuses informations. Et plus le véhicule lui-même et la mobilité de l'utilisateur et de son comportement sont numérisés, plus il existe des sources de données.

L'une de vos solutions consiste à coopérer au-delà des contours de la branche. Comment procéder ?

Grâce à une proximité géographique des équipes qui travaillent sur les développements innovants. Le garagiste devrait se rapprocher de jeunes entreprises qui

se lancent. Là encore, il convient de remiser la peur, d'aller au contact des gens, de faire preuve de curiosité et de rechercher collectivement des solutions. Il n'est pas nécessaire que chacun le fasse dans son coin. Il est parfaitement possible de se regrouper avec des collègues. <



Andrea Back, professeure à l'université de Saint-Gall.

Entretien avec Marc Kessler, CEO de Quality1 AG

« Je suis sûr que le métier

Quality1, fournisseur de garanties, se présente pour la deuxième fois depuis 2017 en tant que sponsor principal de la Journée des garagistes suisses. Au cours de l'entretien qu'il a bien voulu nous accorder, Marc Kessler, CEO de Quality1, s'exprime au sujet du plus grand événement de la branche automobile suisse, de l'avenir de la mobilité et de l'influence de la mutation technologique sur le marché des garanties. **Sandro Compagno**, rédaction

■ **Monsieur Kessler, Quality1 se présente à nouveau en qualité de sponsor principal de la Journée des garagistes suisses. Pourquoi montrer un tel engagement lors de ce colloque ?**

Marc Kessler: L'UPSA, soutenue par son organisation de garagistes, est un partenaire de choix. Nous entretenons une collaboration fructueuse depuis 2005. Les présentations et discussions menées lors de la Journée des garagistes suisses sont l'occasion de susciter d'importantes impulsions pour faire face aux défis et évolutions à venir. Il nous tient à cœur d'en faire partie et d'apporter notre pierre à l'édifice en faisant preuve d'engagement. Cette plate-forme est également parfaite pour faire connaître notre offre, entretenir nos contacts existants et en nouer de nouveaux.

La devise du colloque est « Mission mobilité : le rôle du garagiste, ce qui change, ce qui reste. » Le garagiste va devenir un prestataire de mobilité. Comment Quality1 peut-elle l'aider à atteindre cet objectif ?

Pour les nouveaux modèles de mobilité, le véhicule demeure un facteur de premier plan. Le contact avec les automobilistes et la qualité de service resteront des éléments-clés de la réussite des garagistes. Notre offre actuelle propose à ces derniers un instrument permettant de fidéliser l'automobiliste et de lui offrir le service souhaité. Nous allons évoluer avec notre temps et axer davantage nos prestations sur les possibilités de contact et la qualité de service.

Si les technologies de propulsion alternative changent, les modèles commerciaux ne sont pas en reste. Face à une voiture à moteur à combustion, une voiture électrique nécessite une maintenance et des

réparations bien moindres. Quelles sont les répercussions de cette transformation sur votre activité de fournisseur de garanties ?

Nous adapterons notre offre aux priorités des garagistes. Une chose est certaine : la mutation technologique nous poussera à modifier l'étendue de nos garanties et de notre service / gamme d'entretien, notamment pour les nouvelles pièces intégrantes des véhicules. Les moteurs alternatifs ne seront pas en reste : nous ne souhaitons pas nous focaliser uniquement sur le marché électrique, mais il apparaîtra un besoin en réparation et maintenance pouvant être couvert par une garantie ou une gamme de services/maintenance.

Partagez-vous l'angoisse de nombreux garagistes selon laquelle le moteur électrique pourrait plonger la branche dans la crise ?

L'évolution demande du changement. Je comprends l'angoisse des garagistes, mais je suis convaincu que ce métier a un avenir. Le profil va évoluer au cours des prochaines années, avec toutes les opportunités que cela implique !



« Depuis quelques années, le marché suisse des garanties véhicules est de plus en plus compétitif. »

Marc Kessler est depuis 2015
Chief Executive Officer chez Quality1 AG.

de garagiste a un avenir »

Amazon se lance dans la vente de voitures en ligne. Quelle influence l'entrée d'un tel géant sur le marché pourrait-elle avoir sur votre modèle commercial ?

La vente de véhicules se numérise de plus en plus. L'entrée d'Amazon sur ce marché n'est qu'une étape supplémentaire sur cette voie. Ce tournant n'aura aucun effet à court et moyen terme sur notre modèle commercial. Cela reste à vérifier sur le long terme. **Quality1 est sur le marché depuis 2002.**

« La vente de véhicules se numérise de plus en plus. Il reste à savoir quels effets cette évolution aura à long terme sur notre modèle commercial. »

Quelle est la recette de votre succès ?

Un des piliers de notre réussite consiste à entretenir nos partenariats de longue date avec les importateurs de l'UPSA, les garagistes et les commerçants. La qualité de nos produits et services en est un autre. Enfin, notre carte maîtresse : notre équipe bien formée et motivée qui se donne corps et âme pour satisfaire nos clients au quotidien!

De nombreux concepts de garage, importateurs et prestataires financiers s'ajoutent à la liste de vos clients. Dans quels domaines Quality1 voit-elle encore des opportunités commerciales ?

Depuis quelques années, le marché suisse de garanties véhicules est de plus en plus compétitif. Nos concurrents et nous travaillons sur un marché saturé. La croissance requiert de travailler durement! Nous continuons toutefois à voir du potentiel chez les garagistes et commerçants dans l'acquisition de nouveaux clients. Comme je l'ai dit : entretenir les relations à nos partenariats existants nous tient à cœur.

Et où voyez-vous les limites de la croissance ?

Les limites de la croissance découlent du marché automobile suisse. Lorsque le stock de véhicules et le nombre de nouvelles immatriculations stagnent, nous le ressentons avec un léger retard.

Outre les VP, vous assurez les motos, les véhicules agricoles, et même les bateaux depuis avril 2016. Avez-vous d'autres projets d'extension ? C'est l'hiver. Qu'en serait-il des engins à chenilles ?

Étendre notre offre de garanties à d'autres types de véhicules faisait partie des priorités des années passées, mais cela nécessite de prendre en compte le volume du marché : le marché d'engin à chenilles est très limité et le pricing est des plus ardues, même au vu du degré de sollicitation des véhicules. Donc non, Quality1 ne proposera pas d'offre de garantie destinée aux engins à chenilles en 2018.

Les voitures sont toujours meilleures, toujours plus fiables. Est-ce une bonne ou une mauvaise chose pour un fournisseur de

garanties ? D'une part, moins de sinistres à traiter et, d'autre part, la baisse du prix de sa propre police ?

Vous avez mis le doigt dessus : l'évolution technologique des véhicules influence notre activité. Ces améliorations modifient le type de dégâts. Il reste à savoir à quel point le traitement en sera simplifié. Cette mutation dépend bel et bien du montage de pièces supplémentaires. Nous ne connaissons pas encore les retombées tarifaires.

La numérisation progresse. Avec son portail B2B carplus.ch et sa propre appli, Quality1 offre une opportunité rapide et numérique de déclaration de sinistres. À quoi devons-nous nous attendre ?

Si la priorité à l'optimisation des instruments existants dédiés à nos clients, l'évolution de l'appli nous tient à cœur.

Et en 2018 ? Que peuvent attendre les garagistes de Quality1 ? Quelles innovations leur réservez-vous ?

2018 sera une année captivante pour nos clients potentiels et existants. Vous en saurez plus en temps voulu! <

Arguments en faveur d'un partenariat avec Quality1

Important effet publicitaire

Les garagistes reçoivent gratuitement du matériel POS de Quality1 du commercial responsable du domaine respectif ou du service client.

Amélioration de la satisfaction et de la fidélisation des clients

Le besoin d'acquérir de nouveaux clients et de les fidéliser ne cesse de croître. Les clients fidèles font fructifier notre entreprise. Les prestations de Quality1 aident les garagistes à y parvenir.

Service global

Neuf commerciaux et un service interne trilingue se tiennent à disposition des garagistes pour répondre de façon engagée et compétente à leurs questions et demandes.

Systèmes simples et non bureaucratiques

Saisie d'une garantie en 100 secondes seulement via le portail B2B de Quality1. Saisie d'un sinistre via l'appli Quality1 en quelques clics seulement. Les garagistes épargnent temps et ressources et peuvent se recentrer rapidement sur leur activité principale.

Temps de traitement réduits

Le sinistre est validé en 15 minutes et le paiement est effectué sous dix jours.

Programme de fidélité

Dans la boutique Bonus de Quality1, les garagistes peuvent profiter d'une offre attrayante de produits et de bons.



QUALITY 1

Conseil européen du commerce et de la réparation automobiles (CECRA)

Au loin à Bruxelles, mais tout de même près du garagiste suisse

Lorsque le garagiste français Jean-Charles Herrenschildt fera son apparition à la Journée des garagistes suisses du 17 janvier 2018 en tant que participant aux débats, il n'en sera pas moins président d'une organisation qui défend les intérêts des garagistes suisses à Bruxelles : le Conseil européen du commerce et de la réparation automobiles (CECRA).

Reinhard Kronenberg, rédaction

■ L'Union professionnelle suisse de l'automobile l'assure à l'échelon national : la défense des intérêts politiques et économique de ses membres se joue à divers niveaux. Avec ses partenaires auto-suisse, l'ASTAG, routesuisse et l'Union suisse des arts et métiers, l'UPSA s'engage en faveur de conditions aussi favorables que possible pour la branche automobile, en matière de politique des transports, économique, industrielle, mais aussi de formation. La révision de la loi fédérale sur la protection des données en est le dernier exemple en date. L'association a également travaillé avec succès pour empêcher l'allongement irresponsable des intervalles de CVM. Le meilleur exemple de ce lobbying réussi demeure toutefois la prolongation de la Communication automobile qui protège durablement les intérêts des garagistes.

24 associations nationales regroupant 336720 entreprises

La défense des intérêts des garagistes à l'échelon européen est au moins aussi importante. C'est ici que sont écrites des lois qui auront des conséquences sur toute l'industrie automobile européenne et indirectement aussi sur la Suisse. Le Conseil européen du

commerce et de la réparation automobiles s'acquitte de cette mission. Il regroupe 24 associations nationales ainsi que douze associations européennes de concessionnaires représentant les concessionnaires de certaines marques. Le CECRA représente ainsi actuellement 336 720 entreprises du commerce de véhicules et des garages, y compris les concessionnaires et les ateliers de véhicules utilitaires, les représentants de marques et les ateliers indépendants.

Le CECRA est installé à Bruxelles, à 15 minutes à peine en voiture du siège de l'UE. Il s'agit cependant moins de la proximité géographique au centre du pouvoir européen que de la proximité humaine. Les représentants du CECRA participent aux mêmes types de manifestations et rencontres au niveau européen que les constructeurs. « Au niveau de l'UE, tous les officiels savent qu'il n'existe qu'un seul représentant des concessionnaires et des ateliers automobiles », affirme Bernard Lycke, le directeur général du CECRA (voir encadré) à AUTOINSIDE, « et c'est nous ».

Le « contact avec le sol » assuré

L'activité principale du CECRA consiste à influencer les décisions en faveur des inté-

êts des garagistes, explique M. Lycke. Elle a actuellement lieu au sein de trois groupes de travail différents : la connectivité et l'accès aux données y afférent, les droits des consommateurs et les franchises. Bernard Lycke tient à souligner que son association n'est pas une institution retranchée dans une tour d'ivoire qui s'égarerait dans la brume politique et qui perd le contact avec le sol : « Nous sortons régulièrement pour rencontrer nos membres et échanger avec eux. Ces contacts sont très importants pour nous. »

De plus, Jean-Charles Herrenschildt, le président du CECRA, est lui-même garagiste et dirige plusieurs entreprises en France avec sa famille. Il participera à un débat avec Gerhard Schürmann, le CEO du groupe Emil Frey, lors de la Journée des garagistes suisses du 17 janvier 2018 au Kursaal de Berne sur le thème « Les conséquences pour les garagistes de la transformation intensifiée des constructeurs en prestataires de mobilité ».

Le CECRA défend les intérêts des garagistes bien au-delà des considérations politiques. Pour concevoir activement le développement de la mobilité du point de vue de ses membres, le CECRA est notamment membre de la communauté d'intérêts « MaaS » (Mobility as a Service). Cet organisme met en place une plate-forme centrale de mobilité au niveau européen.

L'avenir des garagistes

Il va donc de soi que le CECRA se penche également sur l'avenir des garagistes. M. Lycke y voit une pression considérable pour s'adapter. Les tendances qui se profilent déjà telles que la connectivité, l'élec-



Notre homme à Bruxelles

Bernard Lycke est le directeur général du CECRA. Il est responsable du bureau bruxellois du CECRA depuis le 1^{er} février 2011. Il était auparavant secrétaire général du GDA (Groupement des Distributeurs et Agents de Marques Automobiles) en Belgique. Dans la distribution de véhicules, il est membre du réseau EDL (European Distribution Lawyers), une alliance internationale d'avocats et de représentants d'associations professionnelles actives dans le secteur de la distribution.

trification des moteurs, la présence croissante de nouveaux acteurs tels que Tesla ou la distribution directe par les constructeurs qui s'annonce « mettront le modèle économique des garages et des ateliers à rude épreuve ». C'est pourquoi tous les maillons de la chaîne de création de valeur ajoutée de l'industrie automobile devront s'adapter, « pas seulement les garagistes, mais aussi les constructeurs, les sous-traitants et l'en-

semble de la deuxième monte. »

Les élites bruxelloises ont également observé attentivement le débat portant sur les interdictions de circuler appliquées aux anciens véhicules diesel qui a eu lieu l'été dernier et qui s'est propagé aux pays limitrophes avec un léger retard. Plutôt que les interdictions de circuler elles-mêmes, il s'agissait avant tout d'estimer les conséquences sur les nouvelles immatriculations, les durées d'im-

mobilisation et les prix des occasions. « Le débat n'était pas du tout équilibré », affirme M. Lycke en guise de bilan, « mais, en tant qu'organisation, nous devons observer de près la dernière évolution concernant le diesel. »

M. Lycke ne cache pas qu'il envisage un recul considérable du moteur à combustion interne sur une période allant du moyen au long terme. <



L'immeuble du Parlement européen à Bruxelles.

La CC MOBIL est la caisse de compensation des associations professionnelles UPSA 2roues Suisse

Un conseil compétent aussi en 2018.

La caisse de compensation MOBIL vous remercie de votre confiance et vous souhaite succès et prospérité pour la nouvelle année.

CC MOBIL, Wölflistrasse 5, Case postale, CH-3000 Berne 22, Tél. +41 (0)31 326 20 20, www.akmobil.ch

AK MOBIL
CC 33

Conseil européen du commerce et de la réparation automobiles (CECRA) werbes Cebra

« Gear 2030 » : accès sans entrave aux données des véhicules

L'exemple du rapport « Gear 2030 » paru récemment montre le niveau d'engagement du Conseil européen du commerce et de la réparation automobiles (CECRA) dans la défense des intérêts des garagistes suisses. **Reinhard Kronenberg**, rédaction

■ Un groupe de haut niveau de l'industrie automobile (titre original: « High Level Group on the Competitiveness and Sustainable Growth of the Automotive Industry in the European Union ») a étudié la compétitivité de l'industrie automobile européenne à la demande de la Commission européenne.

Son rapport représente un état des lieux minutieux de la situation actuelle des constructeurs, des garagistes et des sous-traitants. « Gear 2030 » constitue une base importante d'une stratégie complète grâce à laquelle l'UE cherche à imposer la position sur le marché de son industrie automobile, un secteur clé de l'ensemble de l'économie. Le rapport clarifie notamment les points suivants:

- Les responsables de l'UE estiment que

l'industrie automobile, et donc l'ensemble de la chaîne de création de valeur ajoutée, seront soumises à une forte pression de l'Asie d'une part et d'entreprises du secteur de l'électronique de divertissement et des technologies de l'information et de la communication d'autre part.

- Les jours du moteur à combustion interne sont comptés. L'UE évoque un « tournant pour la branche automobile » dans le cadre du développement de motorisations alternatives.
- Le cycle de production et le développement de produits innovants devront considérablement se dynamiser pour se maintenir, d'après l'UE.
- Le commerce en ligne gagnera éga-

lement une importance significative dans le secteur de l'automobile.

- Les données des véhicules doivent en principe être accessibles à tous les acteurs du marché, donc aussi aux garagistes. La Commission européenne accorde toutefois une grande importance à la souveraineté des données des clients, tout comme à la sécurité des données.
- Le CECRA a notamment pu s'illustrer par des recommandations dans le domaine de l'« accès aux données des véhicules ». Il s'agit de permettre également aux garagistes indépendants d'accéder librement aux données des véhicules, et à tous les garagistes d'accéder aux données que les véhicules collectent. <

The Real Car Wash Factory!
Engineered for the future...
 pour votre succès!

Be different, be better!

Tél. +41 56 648 70 80
 verkauf-ch@christ-ag.com
 www.christ-ag.com



Christ
 WASH SYSTEMS

Suisse centrale

Extirpé de son quotidien à l'atelier : un garage soutient son apprenti

La tourmente de la vie frappe de plein fouet un petit garage qui ne se doutait de rien. Lorsque le moment arrive pour Paulo Araújo de parler à Ivo Musch, son maître d'apprentissage du Centralgarage Musch, situé à Altdorf, du mauvais coup que le destin lui a réservé, son entourage et l'équipe du garage, responsables de l'école professionnelle compris, n'ont pas hésité un instant : resserrer les rangs, faire preuve de compréhension, s'arranger avec la situation et regarder de l'avant.

Tatjana Kistler, rédaction



Il n'a pas perdu son sourire : Paulo Araújo, mécanicien en maintenance d'automobiles, à son poste de travail du Centralgarage Musch d'Altdorf.

■ Les premières saveurs de l'été se font sentir. Au Centralgarage Musch, situé dans la Gotthardstrasse d'Altdorf, les affaires sont plutôt calmes. Voilà le moment opportun de s'occuper des choses laissées de côté. C'est le moment de penser à l'équipe : les collaborateurs ont l'intention de partager leur repas du soir au col de Klausen, histoire d'entretenir convivialité et collégialité. Ivo Musch, propriétaire du garage, demande à son apprenti, Paulo Araújo, de prendre le volant. Mission que le spécialiste automobile en deuxième année de formation accomplit avec grand plaisir. Plus qu'une vocation, les voitures sont sa

grande passion. « Arrivé sur le parking, j'enclenche la marche arrière. Aucun obstacle en vue ». Voici comment le jeune homme de 22 ans raconte la manœuvre. Se garer en marche arrière est une question de routine pour lui. Mais voilà : cette fois-ci, il y a de la casse, aussi bien sur le plan matériel que privé.

Une collision, un examen, un coup du destin

« Paulo recule, sans raison apparente, en plein dans la glissière de sécurité », se remémore Ivo Musch. Cet événement ne devait pas res-

ter sans conséquence. « Il m'a alors expliqué souffrir depuis quelque temps de maux de tête et n'avoir plus qu'un écran noir devant ses yeux », explique M. Musch, qui demande à son apprenti d'aller consulter un médecin.

Deux jours plus tard, le diagnostic tombe: Paulo Araújo souffre d'une tumeur au cerveau. Les métastases sont si proches du nerf optique que toute opération est exclue. « Prenant mon courage à deux mains, je vais voir mon médecin de famille. Et me voilà quelques minutes plus tard dans une ambulance, en route pour Bâle où je dois subir au plus vite un traitement », raconte le jeune homme. Une semaine n'est pas encore écoulée que la tumeur souche a été retirée au cours d'une opération. Mais Paulo doit maintenant recouvrir la vue, le toucher et le goût. Il marche, dans un premier temps, avec un déambulateur et doit se ménager à son domicile de Wassen en attendant sa prochaine chimiothérapie. Sa patience, celle de sa famille et de son entreprise formatrice sont mises à rude épreuve. Car voilà: lorsque l'un des douze collaborateurs que compte le garage vient à manquer pour au moins un an, il s'agit de resserrer les rangs, de s'arranger avec la charge de travail et d'attendre de voir comment s'engage la procédure de guérison. Une situation qui nécessite l'interruption de son apprentissage? « En aucun



« Outre notre responsabilité professionnelle, nous avons un devoir social à remplir lors de la formation. »

Ivo Musch, propriétaire du Centralgarage Musch AG

cas », répond Ivo Musch du tac au tac. « Cela aurait détruit Paulo, l'aurait privé de toute motivation et de toute perspective d'avenir. »

L'incertitude paralyse la planification d'entreprise

Une situation à l'issue incertaine qui bloque le propriétaire du garage. Prenant ses respon-

sabilités d'entrepreneur au sérieux, M. Musch n'y va pas par quatre chemins: « Au cours de son apprentissage, un apprenti manque de fait trois jours par semaine et ne peut pas réaliser toutes les tâches qu'on voudrait lui confier. Pourtant, il nous manque terriblement. » Outre l'incertitude latente quant à la progression de la maladie et au retour hypothétique du collaborateur, une question paralyse l'entreprise: Paulo pourra-t-il être réintégré un jour à l'équipe? Et si tel est le cas, quel sera son degré de polyvalence?

Quatre facteurs vers la réussite entrepreneuriale

Voici donc une situation qui oblige un employeur à assumer un nouveau rôle: celui du père de famille qui se doit d'étendre sa main protectrice au-dessus de son apprenti. Cet état d'esprit prend toute son ampleur lorsqu'un client interroge Ivo Musch sur le secret d'un exercice réussi. « Pour moi, la réussite dépend de quatre facteurs: un de mes collaborateurs a-t-il été victime d'un accident ou souffre-t-il d'une maladie grave? Avons-nous été impliqués dans des litiges? Avons-nous pris plaisir à notre travail? En a-t-il valu la peine? » En résumé: si le niveau financier doit être fructueux, l'entreprise familiale et soucieuse des traditions (voir encadré) considère les cri-



Inébranlable: grâce à sa persévérance et son diplôme de fin d'apprentissage, Paulo Araújo a su se bâtir une carrière, ceci malgré ces ennuis de santé. Il est fidèle à son entreprise formatrice.

tères sociaux comme tout aussi primordiaux à la réussite de l'entreprise. Des valeurs qu'il convient de partager avec la clientèle.

Faire progresser les professionnels et les individus

M. Musch fait appel aux entreprises formatrices: « Outre nos obligations professionnelles, nous avons un devoir social à remplir. Notre relève va être lâchée dans un environnement exigeant. Il est impératif qu'elle soit en mesure de s'adapter aux rapides évolutions, aux besoins techniques et à ceux exprimés par les clients, de soigner leur présentation, de prendre des décisions et de garder la tête sur les épaules. »

Cette capacité d'adaptation ne peut qu'être bénéfique à la branche. « Il y aura toujours des collaborateurs, quel que soit leur âge, pour se présenter tôt le matin à l'atelier avec l'espoir que leur chef leur aura dégoté la voiture parfaite: on travaille jusqu'à 17 heures, on quitte l'atelier à l'heure et retour au bercail. Ces temps sont passés, l'avenir est plus imprévisible, plus individuel », constate Ivo Musch. « car notre travail consiste avant tout à satisfaire au mieux le besoin dont le client nous fait part face à l'investissement que représente son véhicule. »

Autrement dit: la formation doit transmettre des valeurs permettant à la relève de devenir des prestataires de mobilité. Elle doit être en mesure de répondre au souhait du client, que ce soit au niveau communicatif ou artisanal, d'instaurer une relation de confiance et de garantir ainsi la survie et la capacité entrepreneuriale du garage.

Reconnaissant, Paulo Araújo a été réintégré au quotidien du garage

Une fois l'opération, les rayons et la chimiothérapie derrière lui, le quotidien de Paulo Araújo reprend de la vitesse en août 2016. « Enfin », souligne le jeune homme de 22 ans. « J'ai enfin pu reprendre le volant d'une voiture, bouger à ma guise, prendre à bras le corps ma dernière année d'apprentissage et retourner avec un an de retard à l'école professionnelle. »

Maux de tête fréquents et blackouts ont bien failli lui mettre des bâtons dans les roues en cours de formation, mais Paulo Araújo n'a pas baissé les bras. « Les experts m'ont accordé un peu plus de temps qu'aux autres candidats lors des examens finaux pour que je ne cède pas à la panique si ma tête décidait de se mettre en pause », dit-il, reconnaissant.

Et sa ténacité a payé: aujourd'hui, Paulo Araújo est mécanicien fédéral en maintenance d'automobiles. Il a opté pour un métier et une formation de base qui lui ouvrent de nombreuses portes, lui réservent un quotidien exempt de monotonie et qui – élément de poids – savent le passionner. Et c'est cette passion et cette reconnaissance qu'il veut continuer de prouver à son chef, à son équipe et aux nombreux clients du Centralgarage Musch d'Altdorf, qui lui demandent souvent comment il se sent. <



Une bonne équipe: Paulo Araújo et son chef Ivo Musch.

Le premier maître mécanicien uranais

Le Centralgarage Musch, fondé il y a plus de 80 ans par le premier maître mécanicien uranais et géré aujourd'hui par la troisième génération sous la direction d'Ivo Musch, est une entreprise générale qui se pose comme un interlocuteur en matière de mobilité individuelle. Outre la vente de nouveaux véhicules et de voitures d'occasion, l'équipe de douze collaborateurs du représentant Nissan, Citroën et Subaru propose une vaste gamme de prestations s'étendant de la réparation à la maintenance, en passant par le service de pièces de rechange, les pneus et accessoires aux travaux de carrosserie, peinture et vitrage.

www.centralgaragemusch.ch

Easyclick

plat, fonctionnel, stylé et simple

- le système révolutionnaire de changement de plaque

Disponible en plusieurs couleurs:

- Noir
- Chrome brillant
- Chrome mat
- Noir carbone



Disponible dans le commerce automobile spécialisé ou dans les garages automobiles

Easyclick

Easyclick

Tegro AG
— MTS

Ringstrasse 3 | 8603 Schwerzenbach
Tel. +41 (0) 44 806 88 88 | info@tegro.ch



Une gamme de très haut niveau pour l'entretien automobile!



Plus de contenu, plus de lecteurs

Les médias de l'UPSA sur la voie du succès

La branche automobile n'est pas la seule à subir une mutation. Le secteur suisse des médias est lui aussi en pleine ébullition. Disposer de ses propres médias est donc d'autant plus important par ces temps de crise chez les éditeurs suisses. Et cela vaut aussi pour l'UPSA. **Sandro Compagno**, rédaction



« Un magazine spécialisé tel qu'AUTOINSIDE conserve toute son importance, même à l'ère numérique. Je peux discuter directement avec mes collaborateurs des sujets abordés. »

Christian Müller, garagiste et président de la section zurichoise de l'UPSA

■ Pour qu'une branche puisse communiquer de manière crédible et cohérente avec l'extérieur, elle doit faire preuve d'unité à l'intérieur. Grâce à ses médias, l'UPSA peut renforcer cette unité.

Il existe actuellement trois types de médias: le paid media (contenus payés/publicité payée sur des pages d'infos), l'owned media (plates-formes internes) et l'earned media (médias atteints via les relations publiques). Sans leurs propres médias, les associations sont dépendantes du soutien des médias de masse. Ceux-ci ne jouent toutefois qu'un rôle secondaire dans la prise en charge des besoins en information d'une association. Les plates-formes internes sont d'autant plus importantes, quelle que soit la branche, dans

leur version imprimée, mais aussi de plus en plus en ligne. L'UPSA l'a compris très tôt et a franchi le pas dans le monde numérique: upsa-agvs.ch, le site Internet de l'association, a ainsi été remanié en 2014 et largement étoffé depuis. L'apparence totalement nouvelle de la plate-forme de formation professionnelle metiersauto.ch est le dernier exemple en date du développement constant de ses médias internes.

Tout cela n'est pas une fin en soi. Grâce à ses médias – imprimés avec AUTOINSIDE, en ligne avec upsa-agvs.ch, les 21 sites des sections, checkenergieauto.ch et metiersauto.ch, soutenus par la newsletter paraissant



« La combinaison entre le support imprimé AUTOINSIDE et le site Internet très bien fréquenté offre à auto-i-dat ag un accès imbattable au marché automobile. Nous recevons un feed-back très précieux sur les médias de l'UPSA et ses contenus pertinents. »

Wolfgang Schinagl, PDG d'auto-i-dat ag



« L'ESA et les médias de l'UPSA entretiennent un partenariat de longue date. Nous félicitons AUTOINSIDE et les médias de l'UPSA pour leur développement et leurs performances. »

Matthias Kruppen, responsable des services de management et de la communication à l'ESA

chaque semaine – l'UPSA diffuse de manière actuelle, solide et fiable des nouvelles, des informations de fond et un suivi des développements au sein de la branche de l'automobile suisse. L'accent est mis sur l'utilité concrète pour les lecteurs et les utilisateurs, qui sont les décideurs effectifs de la branche de l'automobile suisse.

L'offre bénéficie d'un écho positif: les médias de l'association des garagistes suisses portent un regard positif sur l'année 2017. En septembre, la REMP a certifié le tirage de 12 289 exemplaires d'AUTOINSIDE, le magazine spécialisé de la branche, soit une hausse de 409 exemplaires sur un marché en recul. Les analystes médias de la REMP estiment que chaque exemplaire imprimé d'un

magazine spécialisé correspond à 2,5 lecteurs, si bien qu'AUTOINSIDE touche plus de 30 000 lectrices et lecteurs onze fois par an.

La croissance s'est également poursuivie en ligne : jamais autant d'utilisateurs ne s'étaient informés sur le site upsa-agvs.ch. Exemple récent : en novembre 2017, pas moins de 37 045 utilisateurs (+36 % par rapport à novembre 2016) ont ouvert 151 897 pages (+42,5 %) au cours de 55 954 sessions (+37,4 %). Chaque mois, on a enregistré des taux de croissance à deux chiffres !

De mois en mois, les médias de l'UPSA touchent ainsi 191 100 contacts bruts cross-media. Cette valeur est également intéressante pour les annonceurs qui touchent avec précision et sans perte de diffusion le groupe cible des décideurs de la branche automobile suisse.

« Nous avons besoin de nos propres médias pour informer notre public des thématiques pertinentes pour la branche », affirme Urs Wernli, le président de l'UPSA. Il peut s'agir d'informations sur la formation professionnelle ou sur les nouveautés techniques destinées aux ateliers et à l'après-vente, mais



aussi de décryptages de débats politiques ou d'aide concernant des événements tels que le « Sommet du diesel » de l'industrie automobile allemande de l'été dernier. L'UPSA avait alors été en mesure de proposer à ses membres des actions concrètes via ses propres médias. Urs Wernli : « Pour garantir la cohésion de toute la branche, il faut des médias performants. »

Le nombre d'inscriptions à la Journée des garagistes suisses du 17 janvier 2018 au Kur-saal de Berne montre à quel point cette cohésion est forte. Pas moins de 800 participantes et participants sont annoncés, un record. La manifestation aura lieu à guichets fermés. Le principal rassemblement de la branche automobile suisse est, cette année encore,

une démonstration d'unité et une preuve de l'assurance de la branche, qui fait face à un avenir aussi excitant que complexe. <



Plus d'informations sur :
[http://www.agvs-upsa.ch/fr/
supports-mediati-ques-de-lupsa](http://www.agvs-upsa.ch/fr/supports-mediati-ques-de-lupsa)

Abonnez-vous à la connaissance de la branche !

**L'avenir est automobile. Et il est en mouvement.
Restez informés sur**

- les avancées de la branche automobile.
- les défis commerciaux et solutions.
- les questions politiques impactant notre branche.

Le magazine spécialisé le plus vendu de la branche automobile suisse s'adresse aux décideurs, cadres et futurs dirigeants.

AUTOINSIDE, Administration et abonnements
Wölflistrasse 5, Case postale 64, 3000 Berne 22, verlag@agvs-upsa.ch



Personne de contact pour la sécurité au travail (PERCO)

Au final, qui est responsable ?

Au cours des trois premiers trimestres de l'année en cours, 198 118 accidents ont été notifiés à la SUVA. Un mauvais chiffre, non seulement pour les personnes accidentées et pour leurs proches, mais aussi pour les employeurs et les collaborateurs. La menace d'une enquête pénale et éventuellement d'une plainte de droit civil existe. Avec la solution par branche de la branche de l'automobile et des deux-roues (SAD), l'UPSA fournit un soutien à ses membres. L'aide porte sur la mise en œuvre de la directive no 6508 de la CFST prescrite par la loi, et donc sur la prévention des accidents. **Karl Baumann, UPSA**

■ En vertu de la loi sur l'assurance-accidents (LAA) et de la loi sur le travail (LTr), les employeurs sont responsables de la sécurité au travail et de la protection de la santé dans leurs entreprises. Ces lois les obligent à prendre des mesures de prévention des accidents et maladies professionnels, et de protection de la santé des employés.

Condition préalable à l'application réussie de la procédure décrite : de solides connaissances en matière de sécurité au travail et de protection de la santé. Les employeurs peuvent acquérir ces connaissances ou former un(e) collaborateur (-trice), qui sera alors « perco » (personne de contact pour la sécurité au travail) ou chargé(e) de sécurité. L'employeur, le perco ou le chargé de sécurité pourront suivre une formation auprès de la solution par branche (SAD).

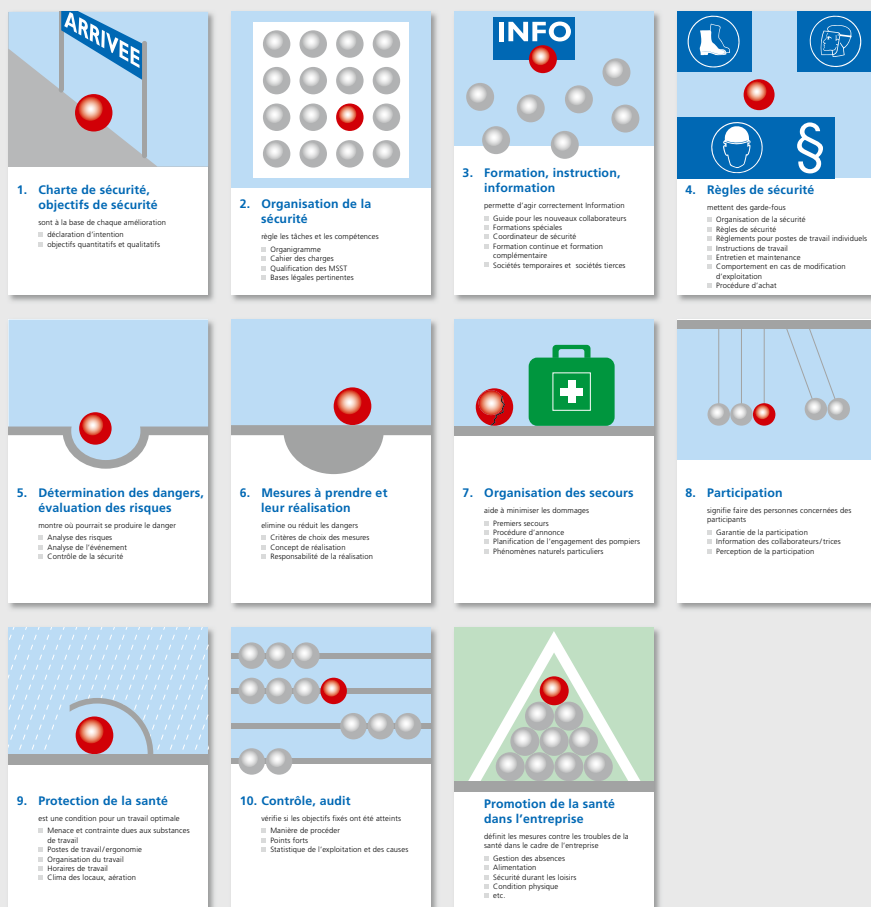
En cas de doute, recours à un spécialiste

Dans certains cas, il est nécessaire de faire intervenir des médecins du travail ou d'autres spécialistes de la sécurité au travail (art. 11a de l'ordonnance sur la prévention des accidents OPA). Notamment lorsque l'expérience et les connaissances du responsable dans l'entreprise sont insuffisantes pour déterminer sérieusement les risques et mettre en œuvre les mesures appropriées. Les connaissances spécifiques sont particulièrement requises dans les ateliers de peinture, qui emploient de nombreuses femmes, et où les exigences de sécurité sont élevées.

L'organisation est du ressort du chef

La règle applicable est la suivante : dans l'entreprise, l'employeur est responsable de la sécurité au travail et de la protection de

Les 10 éléments du concept MSST pour la sécurité, la santé au travail et la promotion de la santé dans les entreprises.



Les tâches relatives à la sécurité doivent être définies ainsi : 1. Convention des lignes directrices et des objectifs, 2. Organisation de la sécurité, 3. Formation et instruction, 4. Règles de sécurité, 5. Détermination des risques, 6. Planification des mesures, 7. Organisation en cas d'urgence, 8. Participation, 9. Protection de la santé, 10. Audit, contrôle. (Graphique de la Commission fédérale de coordination pour la sécurité au travail [CFST])

la santé (art. 82 de la loi sur l'assurance-accidents [LAA], art. 3 de l'ordonnance sur la prévention des accidents [OPA] et art. 6 de la loi sur le travail [LTr]). L'employeur est tenu de gérer les processus, les responsabilités et les compétences de manière à éviter tout accident et à protéger la santé des employés. La justification de l'organisation de la sécurité est obligatoire dans les entreprises présentant des risques élevés.

De fait, l'implantation d'un système de sécurité relève de la compétence du dirigeant. Il peut cependant déléguer certaines tâches et solliciter un soutien. Il convient de nommer un « perco » dans l'entreprise et de le former en conséquence (voir l'interview). Dans les pe-

tites entreprises, la fonction de « perco » est souvent endossée par le dirigeant.

Si le dirigeant délègue certaines tâches, il ne doit pas oublier qu'il reste néanmoins responsable. <



Plus d'informations sur:
www.safetyweb.ch

Solution par branche SAD: le bon choix

La branche de l'automobile et des deux-roues a élaboré un système de sécurité sur mesure pour son secteur, et l'a fait approuver par la CFST. Ainsi, nous vous accompagnons pour la mise en œuvre de la directive no 6508. Nous vous fournissons tous les supports d'information nécessaires.

Rejoignez l'organe responsable de la solution par branche SAD. En tant que membre de l'UPSA, de l'USIC ou de 2roues, vous bénéficiez d'une réduction de 25%. Vous trouverez toutes les informations et le formulaire d'inscription sur notre site internet www.safetyweb.ch, numéro

de téléphone (gratuit) 0800 229 229, fax 031 307 15 16.
E-mail: info@safetyweb.ch
Solution par branche de la branche de l'automobile et des deux-roues (SAD)
Secrétariat de la SAD
Wölflistrasse 5, case postale 64
3000 Berne 22



Extraits de la description du rôle du « perco »

Objectifs

Conseils et accompagnement des supérieurs hiérarchiques et des collaborateurs pour remplir les tâches légales, économiques et sociales.

Droits

Légitimité, obtenir des informations à tous les niveaux de l'organisation et prendre des mesures si elles servent le but visé.

Obligations

- Informer les supérieurs hiérarchiques sur les mesures et accords adoptés, directs et contraignants.
- Se tenir à jour des connaissances actuelles via les séances d'échange d'expériences, les congrès et séminaires, et la lecture de la documentation spécialisée.
- Informer régulièrement les supérieurs hiérarchiques et les collaborateurs des enjeux de la sécurité au travail.
- Assurer le flux d'informations vers le service de coordination.
- Diffuser constamment des consignes et dispenser des formations en collaboration avec les spécialistes MSST.

Tâches générales

- Demander les moyens financiers pour son domaine, établir le budget, contrôler les coûts.
- Participer à la convention des objectifs, des mesures qui en découlent et à la surveillance de leur mise en œuvre.
- Assister aux formations continues liées à la sécurité au travail.
- Informer et former les collaborateurs.
- Vérifier la conformité en matière de sécurité et la maintenance des moyens de production.
- Vérifier la mise à disposition et l'utilisation des équipements de protection personnels.
- Encourager et contrôler les comportements des collaborateurs dans une optique de sécurité.
- Déterminer les risques à l'aide d'une liste de contrôle. Prendre des mesures et
- Contrôler leur réalisation.
- Expliquer les accidents, prendre des mesures et contrôler leur réalisation, transmettre le détail des accidents (sans mentionner de données personnelles) au service du modèle de solution.
- Vérifier les processus internes (documentation, visite du site) pour évaluer la réussite.

Sur le terrain

Être au fait des nouveautés

Caroline Rätz est « perco » au sein du garage Antener GmbH à Bienne. Cet établissement indépendant, spécialisé Fiat, emploie huit personnes et deux apprentis.

Madame Rätz, vous êtes la personne de contact pour la sécurité au travail dans votre entreprise. Connaissez-vous vos missions ?

Caroline Rätz: Oui, j'ai été formée pour cela, et j'ai assisté aux cours de base de la solution par branche SAD.

Bénéficiez-vous du soutien de votre direction ?

Oui, je bénéficie d'un soutien solide.

En tant que « perco », qu'est-ce qui vous semble important ?

D'être toujours au courant des nouveautés, de transmettre les informations aux collègues, de mettre en place les mesures nécessaires.

Quels sont vos objectifs pour la nouvelle année ?

Poursuivre en 2018 l'optimisation des processus internes, et donc minimiser le risque d'accident.

Après une formation, partagez-vous avec vos supérieurs et vos collègues ce que vous avez appris ?

Oui, tout est consigné par écrit.

L'outil en ligne « asa-control » fournit-il une aide précieuse pour votre rôle de « perco » ?

En effet, notamment parce qu'il est très clair. <



Caroline Rätz.



Commission des marques de l'UPSA

Protéger les intérêts du concessionnaire en tant qu'entrepreneur

Deux sortes de personnes connaissant les joies et les souffrances des concessionnaires : les concessionnaires eux-mêmes, et ceux qui participent trois fois par an aux réunions de la Commission des marques de l'UPSA. Les défis quotidiens d'un concessionnaire sont aussi vastes que complexes. Depuis longtemps, l'enjeu n'est plus seulement de générer de la marge, bien que cela reste essentiel, car la marge est bel et bien le nerf de la guerre. **Reinhard Kronenberg**, rédaction

Tandis que tout un chacun s'élançait sur les parcours Vita, le concessionnaire, lui, est à la recherche d'un chemin praticable face à son importateur. Dans les deux cas, il s'agit généralement d'une course d'obstacles, qui maintient en forme ou épuise le participant. Contrairement à la plupart des adeptes des parcours Vita, les concessionnaires sont cependant accompagnés par un coach : la Commission des marques de l'UPSA. « Elle a pour mission de défendre les intérêts des concessionnaires. L'objectif est d'améliorer les conditions-cadres des concessionnaires en tant qu'entrepreneurs, et de veiller à ce qu'elles ne se détériorent pas », explique Markus Hesse à propos de la tâche première de la commission, qu'il préside.

Avec la complexité des enjeux de l'activité, les attentes envers la commission sont plus fortes. Tandis que l'association de concession-

naires de marques se charge des préoccupations relatives aux marques, c'est-à-dire des questions contractuelles et d'un dialogue le plus constructif possible avec les importateurs, l'UPSA se consacre aux thèmes globaux de la politique et du droit dans le cadre de la Commission des marques.

« Une répartition pertinente des tâches »

« Le travail de l'association de concessionnaires de marques et de la Commission des marques soulage les concessionnaires, qui sont souvent dépassés par ces sujets, en termes de compétences ou de temps à y consacrer », explique Markus Hesse. Selon lui, le but premier de l'entreprise est de réaliser un résultat positif au trimestre suivant et pour l'exercice en cours. « Nous accompagnons les entreprises de notre

mieux sur ce point, et cette répartition des tâches se révèle efficace », ajoute Markus Aegerter, membre de la direction de l'UPSA et directeur de la représentation de la branche.

La complexité croissante et l'amoncellement incessant de règles administratives imposés par le législateur et l'importateur

« Elle a pour mission de défendre les intérêts des concessionnaires. L'objectif est d'améliorer les conditions-cadres des concessionnaires en tant qu'entrepreneurs, et de veiller à ce qu'elles ne se détériorent pas. »

Markus Hesse

menacent la liberté d'exercice du garagiste. Markus Aegerter prévoit que les thématiques confiées à l'association vont s'accroître. Ainsi, l'importance des deux organes (association de concessionnaires et Commission des marques) devrait prendre de l'ampleur. « car la branche automobile est de plus en plus complexe, non seulement sur le plan technologique, mais aussi juridique et administratif ».

Utiliser les synergies pour informer

Les concessionnaires et les commissions tirent équitablement profit de cette répartition des tâches : le concessionnaire sait qu'il est soutenu par une association forte, tan-

dis que cette dernière bénéficie d'un lien direct avec le marché grâce aux deux organes. « Nous profitons largement des retours directs du terrain », confirme Markus Aegerter.

L'UPSA se sert également de ces contacts pour expliquer aux concessionnaires sa position sur les projets et avancées politiques. Elle veille ainsi à véhiculer ses messages sur le marché via les concessionnaires. Elle informe continuellement le comité des évolutions dans le domaine de la formation professionnelle, des plates-formes de commercialisation et du numérique, et même des innovations dans les groupes spécialisés comme les « voitures de tourisme », les « véhicules utilitaires », les « minibus et véhicules de livraison ». Le thème central et constant est la situation juridique du concessionnaire par rapport à l'importateur : protection des investissements, risques liés aux investissements, délais de résiliation, normes contractuelles.

Exemple actuel : révision de la loi sur la protection des données

La complexité croissante est illustrée par la révision en cours de la loi fédérale sur la protection des données (les médias de l'UPSA ont détaillé cette mesure dans AUTOINSIDE 11/17) : le garagiste est concerné par cette loi dans son travail quotidien mais n'a pas la possibilité de s'exprimer seul, et encore moins d'influencer en sa faveur un projet politique si complexe. Il a besoin d'une structure qui lui montre quelles sont les conséquences de la loi sur la protection des données sur ses relations avec les clients, et qui défend ses intérêts par rapport au pouvoir politique.

Élaborer ensemble les conditions-cadres

Au niveau de l'association, l'UPSA et ses partenaires, comme auto-suisse ou l'association suisse des sociétés de leasing, tentent d'influencer positivement la conception des conditions-cadres pour chacun de ses membres. Seule une association professionnelle et sectorielle comme l'UPSA est capable à ce niveau non seulement de défendre les intérêts de la branche, mais aussi de les faire valoir autant que possible. C'est notamment le cas lorsque la contrainte émise par les autorités et les importateurs de transmettre les données clients devient toujours plus forte.

« Nous profitons largement des retours directs du terrain. »

Markus Aegerter

La mise en œuvre de la loi révisée sur la protection des données, telle que le Conseil fédéral l'envisage, en serait certainement un parfait exemple. Au terme d'une analyse approfondie, l'UPSA, a conclu « que le développement de la loi sur la protection des données sous cette forme était d'une part superflu et, d'autre part, que les entreprises seraient soumises à de nouvelles obligations qui entraîneraient pour elles une charge administrative disproportionnée et seraient, pour certaines, impossibles à mettre en œuvre et, de plus, assorties de menaces de sanctions draconiennes ». <

« Il faut préserver le modèle commercial du garage »

Les données sont un sujet de plus en plus important pour le concessionnaire comme pour la Commission des marques. D'une part, les concessionnaires se voient obligés de transmettre les données clients dans le cadre d'adaptations contractuelles. D'autre part, contrairement aux constructeurs, ils ont à peine accès aux données que le véhicule enregistre. En général, ces données sont directement transmises par le véhicule au constructeur. Cela illustre le fait que les constructeurs essaient toujours plus d'entrer directement en contact avec les propriétaires de véhicules. Le concessionnaire est menacé de devenir un jour ou l'autre un simple point de vente du constructeur. « Pour l'UPSA, l'enjeu est également la viabilité du modèle commercial du garage tel que nous le connaissons aujourd'hui », estime Markus Aegerter.



Markus Aegerter, représentant de la branche et membre de la direction de l'UPSA.



Markus Hesse, responsable du service Commerce au sein du comité central de l'UPSA.

LES MÉTIERS DE L'AUTOMOBILE ONT DE L'AVENIR

viva.ch



Bienvenue dans le monde fascinant de l'automobile! La branche automobile recherche des talents amateurs de technique ultramoderne. Tous les jours, tu trouveras dans un garage des activités stimulantes et d'une grande diversité ainsi que des collègues partageant ta passion pour les voitures. Une formation professionnelle initiale dans l'une des six professions automobiles proposées sera un véritable tremplin pour ta carrière dans une branche polyvalente et passionnante. Les professions automobiles ont de l'avenir. www.metiersauto.ch



UPSA | AGVS

Union professionnelle suisse de l'automobile

Nouveau support publicitaire intelligent

Faire réparer son pare-brise chez un garagiste de l'UPSA

Réparer un pare-brise endommagé est moins onéreux et plus écologique que de le remplacer. Un flyer intelligent attire l'attention des clients des garagistes de l'UPSA sur cette prestation. **Sandro Compagno**, rédaction

Pare-brise endommagé: une vision qu'aucun automobiliste n'apprécie, mais qui fait du garagiste l'interlocuteur idéal.

■ Le nouveau support publicitaire est bien plus qu'un flyer, c'est un véritable kit de premier secours pour les automobilistes. Il se présente sous la forme d'un autocollant transparent qui peut être détaché au besoin et collé à l'endroit abîmé du pare-brise. Ce papillon à quatre côtés aide les automobilistes dans une situation fâcheuse, et renforce l'image du garagiste en tant que prestataire de mobilité.

« Nous voulons ainsi faire comprendre aux automobilistes que les garagistes de l'UPSA sont aussi à même de réparer les pare-brise endommagés, et pas seulement de les remplacer », explique Markus Peter, responsable Technique et Environnement à l'UPSA. En distribuant ce flyer à leurs clients, les garagistes leur indiquent en outre de manière explicite qu'ils ne doivent pas obligatoirement partir en quête d'un spécialiste du vitrage, mais qu'ils sont à la bonne adresse chez les garagistes de l'UPSA. Markus Peter : « Nous

voulons que le client se mette à penser différemment : un pare-brise présentant un impact de pierre ne doit pas forcément être remplacé. » En effet, il est moins cher de le faire réparer, lorsque c'est possible. À cela s'ajoute un aspect écologique : en optant pour la réparation, le client fait un geste pour l'environnement. Cet effet positif de la réparation du pare-brise sera par conséquent repris dans le CheckEnergieAuto, indique Markus Peter.

Instructions claires pour la réparation

Dans la plupart des cas, il est possible de réparer les dommages ne dépassant pas la grandeur d'une pièce de deux francs, éloignés d'au moins six centimètres du bord du pare-brise et ne se situant pas dans le champ de vision direct du conducteur. Après une réparation effectuée par un professionnel, la vitre retrouve sa solidité d'origine. On ne remarque pratiquement plus l'endroit impacté.

Le nouveau flyer s'inspire de la pratique de garagistes inventifs, qui ont déjà mis en place des dispositifs analogues de leur propre chef. Pour l'heure, ce support publicitaire est en phase de production et sera disponible dans le shop de l'UPSA au premier semestre 2018. Markus Peter : « Le flyer peut-être joint à la facture ou remis en mains propres par le garagiste au client. » <





Les vidéos avec Dario Cologna doivent susciter la sympathie et donner envie d'en savoir plus sur les garagistes UPSA et le CEA.

Campagne d'hiver du CEA 2017/2018

De sympathiques vidéos avec Dario Cologna pour promouvoir le CEA

L'Union professionnelle suisse de l'automobile (UPSA) a tourné une série de courtes vidéos sur le CheckEnergieAuto (CEA) avec Dario Cologna à Davos. Elles visent à promouvoir les compétences des garagistes suisses en matière d'économies d'énergie, à positionner les membres de l'UPSA comme des prestataires de services proches des clients et à encourager les automobilistes à faire appel à eux pour un CEA. Les vidéos seront diffusées dans le cadre d'une campagne se déroulant de décembre à mars sur les sites Internet les plus fréquentés et les réseaux sociaux. Reinhard Kronenberg, rédaction

■ La station-service Migrol d'Amag à Davos, un vendredi à midi. Un couple s'arrête pour faire le plein. Un homme en combinaison de travail s'approche de la voiture, se penche légèrement vers la fenêtre ouverte et regarde à l'intérieur: « Bonjour », dit-il en souriant dans un sympathique dialecte grison. « Mais c'est Dario Cologna! », dit la femme à son mari, d'abord incrédule.

Les garagistes se positionnent en prestataires de mobilité

L'UPSA a tourné plusieurs courtes vidéos sur le CheckEnergieAuto. Sous une forme humoristique, leur but est de diffuser auprès d'un large public les deux idées fortes du CEA, que sont le service à la clientèle et les économies d'énergie, tout en rappelant que Dario Cologna en est l'ambassadeur. « Les vidéos doivent susciter la sympathie et donner envie d'en savoir plus sur les garagistes UPSA et le CEA. Le but étant bien sûr qu'ils en fassent un », explique Markus Peter, responsable Technique et Environnement à l'UPSA, qui a participé au tournage à Davos.

Une large diffusion dans les médias

Dans la première des trois vidéos, Dario Cologna joue le rôle d'un pompiste jovial. Dans la seconde, le garagiste Marco Müller d'Amag Davos lui donne de précieux conseils sur la meilleure façon de préparer son véhicule pour l'hiver. Dans la troisième, Dario Cologna, déguisé en Saint Nicolas, suggère différentes manières d'utiliser l'argent économisé avec le CEA pour se faire plaisir à Noël. Les vidéos seront diffusées ces prochains mois dans les médias grand public, sur les réseaux sociaux, dans les médias de l'UPSA et dans ceux de ses partenaires, notamment grâce au soutien de SuisseEnergie et du programme national d'économies d'énergie de l'Office fédéral de l'énergie; nul doute qu'elles y recevront beaucoup de « J'aime ». <



Plus d'informations sur:
www.autoenergiecheck.ch/fr/Dario

Les manifestations des Cités de l'énergie en guise de scène

Le CEA, un cadeau pour tous

Le CEA est d'actualité toute l'année. C'est pourquoi des garagistes UPSA malins saisissent l'occasion de l'Avent pour faire connaître le service et, surtout, pour se présenter en tant qu'experts en mobilité chevronnés. Rendez-vous le 2 décembre au marché de Noël de la Cité de l'énergie d'Andermatt. **Karl Baumann, UPSA**

■ Yvonne Baumann, la présidente de la commune, et des membres de la commission de l'énergie de la ville ne se sont pas privés de présenter personnellement le CEA au marché de Noël de la Cité de l'énergie d'Andermatt. Ce contrôle de l'efficacité énergétique est offert aux habitants d'Andermatt, d'Hospental et de Realp par la Cité de l'énergie d'Andermatt, l'UPSA et le Gotthard-Garage de Wassen, depuis le début du mois de décembre et jusqu'au 30 juin 2018.

Biscômes CEA d'écoliers

Une opération sucrée signée par les écoliers d'Andermatt a prouvé que la réflexion du CEA fait école : ils ont apporté leur pierre à l'édifice en proposant des biscômes dédiés à la voiture et au CEA au marché de Noël.

Exploiter les synergies de la Cité de l'énergie

Le label Cité de l'énergie prouve que la commune mène activement une politique énergétique durable. Ces Cités encouragent les énergies renouvelables, la mobilité écologique et misent sur une utilisation efficace des ressources, une occasion parfaite de se présenter en tant que garagiste UPSA certifié CEA, de chercher à dialoguer avec les clients et à renforcer son profil. <



Les collaborateurs du Gotthard-Garage de Wassen sont prêts à effectuer des CEA.



Leo Püntener et Barbara Simmen, des visiteurs du marché de Noël, écoutent les explications d'Yvonne Baumann, la présidente de la commune, au sujet du CEA et sont séduits.



Les biscômes des écoliers d'Andermatt dédiés à la voiture et au CEA.

La présidente de la commune explique personnellement le CEA

Leo Püntener s'est rendu au stand énergie CEA au marché de Noël d'Andermatt et a commenté l'apparition du membre local de l'UPSA certifié CEA, le Gotthard-Garage à Wassen.

M. Püntener, connaissez-vous déjà le CEA ?

Leo Püntener: Non, le CEA m'a été présenté personnellement aujourd'hui par la présidente de la commune, au marché de Noël.

Que pensez-vous du fait que les garagistes et les Cités de l'énergie proposent conjointement le CEA ?

C'est très positif pour notre environnement. En tant qu'entrepreneur de l'événementiel en montagne, ici à Andermatt, un environnement

intact me tient à cœur. Je crois qu'il faut tout faire pour réduire les émissions de CO₂, même si c'est peu de chose. C'est formidable que les garagistes et les Cités de l'énergie en Suisse aient lancé une telle opération. J'espère que le succès escompté sera au rendez-vous.

Cela signifie-t-il que vous ferez subir un CEA à votre véhicule ?

Oui, tout à fait. Je dois regarder si mon garage propose aussi le CEA. Dans le cas contraire, je le ferai sûrement faire par un garage suggéré par l'UPSA.

Nouveau garage CEA du mois de novembre

Le bon moment pour effectuer un CEA

Le Garage Imholz GmbH d'Altdorf UR a effectué fièrement 60 CEA en novembre. Le représentant Mitsubishi est ainsi devenu le nouveau garage CEA du mois. Hanny Imholz, la copropriétaire, explique comment l'entreprise employant quatre personnes a su exploiter l'activité pneus pour renforcer la relation avec ses clients. **Tatjana Kistler**, rédaction

■ 60CEA en un mois, quelle performance! « Novembre est notre meilleur mois compte tenu des changements de pneus. Nous avons activement informé les clients du CEA lors des demandes de rendez-vous, ajoutant ainsi le service à la conversation », déclare Hanny Imholz. Et la responsable du marketing et de l'administration du Garage Imholz GmbH est convaincue par la démarche: « Nous souhaitons montrer à nos clients que nous ne nous satisfaisons pas du service minimum. »

Les collaborateurs du garage d'Altdorf ont même fait un pas de plus: l'équipe effectue un CEA de sa propre initiative si aucun contact téléphonique ou personnel n'a eu lieu avant le changement de pneus ou si le véhicule a été déposé pour un simple changement de pneus. Culotté? Non, tourné vers le service! « En automne, aucune voiture ne quitte notre garage sans que nous ayons vérifié l'huile, l'eau, l'air et l'éclairage dans le cadre d'un contrôle d'hiver gratuit. Nous avons désormais transformé ce contrôle en CEA, ce que les clients apprécient ».

Un engagement qui conduit à un changement d'attitude chez les clients. « Les clients voient que nous regardons de près comment économiser de l'énergie, et donc du carburant,



De g. à dr.: Hanny Imholz, la copropriétaire responsable de l'administration et du marketing, l'apprenti Diego Graf, le patron Josef Imholz et l'employé d'atelier Silvio Trütsch du Garage Imholz GmbH d'Altdorf ont fait du mois de novembre 2017 le mois du CEA.

en optimisant la pression des pneus et ils constatent que leur bien-être et leur sécurité nous tiennent à cœur ».

Le garagiste, un expert qui sait expliquer

Avec son frère Josef Imholz, elle continue d'endosser un héritage sous le nom de Garage Imholz GmbH. Il y a 80 ans, le grand-père des propriétaires actuels du garage fondait en effet l'atelier qui est synonyme de confiance et de précision à Altdorf. « Le CEA nous permet de véhiculer ces valeurs, car la

relation clientèle est centrale pour un garage de cette taille », indique Hanny Imholz, « il s'agit en permanence de se présenter comme un prestataire face au client et de lui exposer les points contrôlés et, par conséquent, ses avantages lors d'un entretien explicatif. » Des avantages qui profitent en fin de compte au garagiste: « Qu'il s'agisse d'un changement de pneus ou de la vente d'une voiture neuve ou d'accessoires, l'entretien permet souvent de réaliser des ventes additionnelles. » <

NOUVEAUTÉ

AutoRadar

LA POLE POSITION POUR VOS ACHATS DE VÉHICULES

www.autoscout24.ch

AUTO
SCOUT 24

Satisfaction des clients

Le garagiste, un prestataire

La satisfaction des clients, une valeur durable. Scania a ainsi mis en avant un concours du fait de cette orientation vers le service. À Coblenz, des équipes Scania se sont disputé la victoire entre elles. L'équipe Scania d'Uetendorf a atteint la première place de toutes les équipes suisses et participera en avril 2018 à l'une des trois finales européennes à Trente, en Italie.



Les participants suisses

- 1^{re} place : Scania Suisse SA, Uetendorf
- 2^e place : G. Kolly SA, Le Mouret
- 3^e place : Scania Suisse SA, Schönbühl
- 4^e place : A. Reinhard AG, Kallnach
- 5^e place : Scania Suisse SA, Kloten

Les trois vainqueurs nationaux venus d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse. Photo : l'équipe gagnante de Scania Suisse SA Uetendorf, qui prendra part en avril 2018 à l'une des trois compétitions européennes de service à la clientèle à Trente. Scania Suède décidera par tirage au sort des pays qui s'affronteront.

■ pd. L'épreuve préliminaire suisse pour la finale régionale européenne en Italie du concours de service a eu lieu le 2 décembre. Pour la première fois, la Suisse, l'Allemagne et l'Autriche ont disputé leur compétition nationale collectivement à Coblenz et non pas individuellement dans chaque pays. L'équipe d'atelier de Scania Suisse SA à Uetendorf, qui a déjà fait l'objet d'un profil, a pu s'imposer sur le terrain de la satisfaction des clients.

Les avantages d'une petite équipe

« Nous sommes très soulagés d'avoir réussi pour la deuxième fois. La joie à l'idée de participer à la finale régionale à Trente est immense », se réjouit Urs Wüthrich, le chef de l'équipe suisse gagnante d'Uetendorf, « Nous sommes une petite entreprise, c'est ça notre force. Cela signifie que chaque coéquipier est polyvalent. Chacun participe, sait ce qu'il lui faut pour trouver rapidement un défaut de service et l'éliminer. Il s'agit maintenant de ne rien lâcher, et de persévérer. » Theo Tobler, co-organisateur de Top Team, explique l'objectif de la manifestation : « Une équipe bien préparée pour participer à la manifestation Top

Team renforce ses compétences dans son propre atelier d'une manière ludique. Pour nous, la motivation d'obtenir une belle performance collective est encore plus importante que la victoire. Au final, avec ou sans distinction, c'est une équipe de service motivée et performante qui accompagne le client. »

La compétition comme motivation d'amélioration

M. Tobler ajoute un objectif national à l'objectif général : « En Suisse, nous nous intéressons aux jeunes participants. Chaque équipe suisse compte un apprenti. Nous encourageons ainsi la relève. C'est pourquoi nous avons des équipes plus jeunes que les autres pays. Il s'agit pour nous d'un investissement d'avenir. La compétition a sollicité les compétences des équipes de cinq personnes dans divers domaines de la satisfaction des clients, en se focalisant sur le processus, le stock ou, par exemple, les systèmes électriques. Pour chaque exercice, les équipes disposaient de cinq minutes d'entrée en matière et de 20 minutes pour éliminer un défaut de service. Les chefs d'unité avaient encore dix minutes pour l'évaluation. <

depuis 1964

CORTELLINI & MARCHAND AG

061 312 40 40
Rheinfelderstrass 6, 4127 Birsfelden

Le plus complet des services de réparation de boîtiers électroniques pour auto de Cortellini & Marchand AG

Vous cherchez, nous trouvons – Votre service de recherche pour pièces automobiles d'occasion

www.auto-steuergeraete.ch www.gebrauchte-fahrzeugteile.ch

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

Poids utile à 2,9t

Remorques pour le transport de voitures, carrosseries
Visitez notre exposition ou demandez une démonstration. Disponible également en modèle communal.

T&W Technik
Dammstr. 16, 8112 Otelfingen
tél. 044 844 29 62
www.fgs-fahrzeuge.ch

Marché du diesel Suisse

« Il n'y a aucune raison de paniquer »

Cela devait arriver : suite à une baisse de la demande et des prix des véhicules diesel en Allemagne depuis l'été, les observateurs du marché constatent également cette tendance en Suisse, à un moindre niveau toutefois. Le segment des véhicules neufs et celui de l'occasion évoluent néanmoins différemment. **Reinhard Kronenberg**, rédaction

■ Bref retour en arrière: l'Allemagne a connu une grande hystérie liée au diesel cet été. Des menaces de restriction de circulation pour les anciens véhicules diesel ont réveillé la crainte que les jours du diesel mais aussi ceux du moteur à combustion interne en tant que tel étaient comptés. Les médias se sont mis dans tous leurs états et ont enflammé le débat. Les politiciens se sont retrouvés sous pression et ont organisé précipitamment un « Sommet du diesel » au cours duquel les têtes pensantes de l'industrie automobile allemande ont été incendiées publiquement. Les uns et les autres se sont ensuite mis d'accord sur des primes de reprise attractives et un fonds en faveur d'un air propre dans les villes allemandes. Les conséquences ont été gravissimes pour les concessionnaires : les durées d'immobilisation des voitures diesel d'occasion se sont allongées, les prix ont baissé et le préjudice a été palpable. Ironie du sort : les clients se sont majoritairement servis des primes initialement conçues pour les inciter à passer à un véhicule diesel de la dernière génération pour acheter de nouvelles voitures essence, ce qui a grevé d'autant plus le marché du diesel.

Première dévalorisation en août

En Suisse, les observateurs étaient dans l'expectative et se demandaient si et comment cette évolution en Allemagne allait se répercuter sur le marché helvétique. Peu après le début de la panique en Allemagne, René Mitteregger, spécialiste des données chez auto-i-dat ag, le spécialiste des analyses du marché et des données des véhicules, avait indiqué aux médias de l'UPSA : « Nous n'enregistrons actuellement aucune augmentation des durées d'immobilisation des voitures diesel d'occasion. » Pourtant, par mesure de précaution, auto-i-dat

Évolution de la valeur résiduelle de tous les véhicules diesel pour 2015, 2016 et 2017 (véhicules de 2 ans, comptant 60 000 km)



Évolution des valeurs résiduelles des véhicules diesel 2015, 2016 et 2017 en % ; (2 ans d'ancienneté, 60 000 km). Variation en % du prix de départ. (Source : auto-i-dat ag/Diesel Reporting)

a procédé à une légère dévalorisation dans son système dès le mois d'août. Le marché a commencé à bouger avec un retard considérable et il s'est avéré dans le courant de l'automne que la vague avait franchi la frontière.

Pour accorder immédiatement une attention particulière à ce segment du marché, auto-i-dat a sans attendre mis en place une surveillance du diesel qui enregistre, tel un sismographe, les mouvements du marché des véhicules diesel en Suisse. « Ce fut notre contribution à l'objectivation du débat », déclare le CEO Wolfgang Schinagl à titre rétrospectif. Depuis, auto-i-dat publie son Diesel Reporting tous les trois mois. La version la plus récente vient de paraître et tire la conclusion suivante : bien que la courbe poursuive sa baisse, elle s'est largement ressaisie par rapport aux mois précédents. Alors que la part de véhicules diesel nouvellement immatriculés était encore de 37,8% en juin, elle n'avait baissé qu'à 33,7% fin octobre. « Nous constatons une légère tendance à passer du diesel à l'essence surtout dans le segment moyen inférieur et supérieur », affirme René Mitteregger, « accentuée dans la catégorie des petites voitures ».

Les diesel d'occasion se portent bien

La situation des occasions est différente : la courbe des véhicules diesel affiche heureu-

sement une tendance à la hausse, et ce déjà depuis le mois d'août. « Les acheteurs d'occasions font certes preuve de retenue vis-à-vis du diesel », explique M. Mitteregger, qui relativise toutefois l'évolution par le mot « marginale ». Les durées moyennes d'immobilisation constituent un indice important de l'attractivité des segments de l'occasion. Ici, auto-i-dat constate une légère tendance à la hausse pour pratiquement toutes les marques au cours des mois passés. « Ce n'est toutefois pas alarmant car les durées d'immobilisation s'allongent toujours un peu à l'automne et en hiver », ajoute M. Mitteregger.

Restons calme

auto-i-dat ne formule en principe aucune recommandation d'action. À la question de savoir ce qu'il ferait s'il était concessionnaire, le CEO Wolfgang Schinagl déclare : « Dialoguez avec les acheteurs indécis et continuez de parler activement des critères avantageux du diesel : une consommation moins élevée que les voitures à essence et donc un entretien moins onéreux. Et indiquez que les objectifs de la Confédération en matière de CO₂ ne pourront être atteints sans le diesel. Pour M. Schinagl, il importe que tout le monde reste calme car « Il n'y a toujours aucune raison de paniquer ». <

NOUS AVONS
LA BONNE SOLUTION
POUR VOS REMISES
DE CLEFS



BOPP.

Des solutions plutôt que des produits

BOPP Solutions AG
Industriestrasse 6 | 8305 Dietlikon | Schweiz
T +41 44 883 33 88 | F +41 44 883 33 89
info@bopp-solutions.ch | www.bopp-solutions.ch

Révision des formations de base techniques

Tour de Suisse des formations de base

La nouvelle ordonnance de formation est entrée en vigueur le 1^{er} janvier dernier. Depuis septembre, les responsables de la formation professionnelle de l'UPSA sillonnent la Suisse pour informer les membres des nouveautés.

Et le Tour de Suisse se poursuit. **Sandro Compagno**, rédaction

■ La branche automobile évolue rapidement. Pour que la qualité des formations de base techniques puisse tenir la cadence, les contenus pédagogiques doivent être régulièrement contrôlés et adaptés. En février dernier, la commission de la formation professionnelle (CFP) de l'UPSA avait débattu de la révision, avant de l'approuver au terme d'une discussion parfois passionnée. L'ordonnance de formation est à présent entrée en vigueur et sera effective dès le début de l'apprentissage en août.

Priorité aux compétences opérationnelles

Les responsables de formations de l'UPSA sont en tournée dans toute la Suisse (voir encadré) afin d'informer les entreprises formatrices des différentes nouveautés, qui concernent principalement les matières étudiées dans les écoles professionnelles. Les matières Électricité, Électronique, Physique, Châssis, Moteur et Transfert de force étaient jusqu'ici dispensées. Le cours est désormais axé sur les compétences opérationnelles. La formation de base de mécanicien d'automobiles inclut ainsi les cinq domaines de compétences opérationnelles Contrôle et entretien des véhicules, Remplacement des pièces d'usure, Soutien des processus d'exploitation, Vérification et Réparation des systèmes et Diagnostic des systèmes mécatroniques.

L'article 10, qui détermine les compétences techniques des formateurs professionnels, avait aussi été discuté. Un diplôme du degré tertiaire n'est désormais plus nécessaire pour former un mécanicien d'automobiles. La formation de diagnosticien d'automobiles n'est ainsi plus requise. Il suffit de disposer d'un diplôme de mécanicien d'automobiles, de trois ans d'activité professionnelle, d'une formation continue technique sanctionnée par un diplôme de l'UPSA (domaines de compétences de l'actuelle formation de diagnosticien d'automobiles : Z1 Système électrique et électronique du véhicule ou Z2 Électronique de confort et de sécurité avec Z3 Systèmes d'assistance au conducteur et d'infodivertissement) et d'avoir validé le module didactique d'une journée.

Les apprentis sont tenus de réaliser un dossier de formation et de discuter tous les six mois du rapport de formation avec le formateur professionnel. Ce dossier remplace le contrôle de la formation. « Le lancement d'un nouvel outil pédagogique électronique dans les écoles professionnelles constitue, avec les cours interentreprises, un autre point central, qui permet à la branche de franchir une nouvelle étape vers la numérisation », déclare Arnold Schöpfer, responsable de la formation de base technique et de la formation professionnelle technique supérieure à l'UPSA. <

Réunions d'information Révision des formations de base techniques

Organisées à ce jour

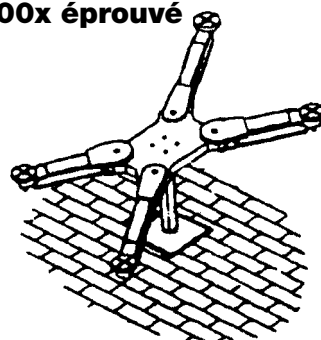
28 septembre 2017	UR	BWZ Uri, Altdorf
12 octobre 2017	BE	AZ Mülenen
19 octobre 2017	BS/BL	Sissach
24 octobre 2017	ZS	UPSA Center Horw
2 novembre 2017	ZH	Messe Zürich
3 novembre 2017	ZH	Messe Zürich
7 novembre 2017	SH	CFP Schaffhouse
11 décembre 2017	VS all.	École professionnelle de Viège

Programmées

10 janvier 2018	SO	Olten
10 janvier 2018	BE	Mobilcity Berne
18 janvier 2018	AG	Baden
22 janvier 2018	BE	Mobilcity Berne
23 janvier 2018	AG	WBZ Lenzburg
24 janvier 2018	BE	Mobilcity Berne
24 janvier 2018	GL	à définir
25 janvier 2018	VD	Romandie Formation Paudex
30 janvier 2018	GE	Genève
31 janvier 2018	JU	à définir
1 ^{er} février 2018	SZ	Goldau
6 février 2018	VD	Romandie Formation Paudex
12 février 2018	VD	Romandie Formation Paudex
14 février 2018	SG	Uzwil ou Buchs
15 février 2018	SG	Uzwil ou Buchs
6 mars 2018	ZG	GIBZ Zoug

D'autres réunions sont en cours de préparation.

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



AGVS Business Academy

JANVIER

Basisseminar 2018 für Automobilverkäufer/innen

Dauer: 10 Tage

> **Start Montag, 22. Januar 2018, in Bern**

Formation turbo pour vendeur auto 2018

durée: 10 jours

> **Du 29 janvier au 9 février 2018 à Paudex**

Steigerung der Produktivität und Rentabilität im Aftersalesgeschäft

Am Ende dieses Kurses sind die Teilnehmer in der Lage, mit den wichtigsten Kennzahlen zu arbeiten und Massnahmen zur Steigerung der Produktivität umzusetzen. Umsätze und Erträge sollen durch mehr Effizienz und damit verrechenbare Stunden im Aftersales-Geschäft erhöht werden. Zu Ihrer Unterstützung erhalten Sie Checklisten, Beispiele und ein einfaches Excel-Sheet zur Berechnung und Überwachung der wichtigsten Kennzahlen.

> **31. Januar 2018, Bern**

MARS

Facebook, Xing, Twitter und WhatsApp im Autoverkauf

Der Workshop «Facebook, Xing, Twitter und WhatsApp im Autoverkauf» zeigt neuartige Möglichkeiten auf, wie Sie die verschiedenen Plattformen für sich selber einsetzen können, um noch erfolgreicher zu verkaufen. Dieser Workshop ist speziell für die Automobilbranche konzipiert.

> **27. März 2018, Bern**

Video-Training im Autoverkauf – wie Sie das praktisch und einfach umsetzen



Dieser Workshop ist speziell für die Automobilbranche konzipiert. Im Fokus stehen Ideen, Produktion und Einsatz von Videos im Automobilverkauf.

> **28. März 2018, Bern**

MARS

MwSt.-Grundkurs

Der Grundkurs ist eine aktuelle, praxisnahe Einführung in die Mehrwertsteuer

im Automobilgewerbe unter Anwendung von Fallbeispielen. Der Tageskurs soll den Teilnehmern einen Überblick über die Mehrwertsteuer verschaffen. Es werden die

Automobil-Verkaufsberater/in mit eidg. Fachausweis

Verkaufsberater sind gefordert. Sie wirken als Mobilitäts- und Finanzberater in einer Person. Eine persönliche Weiterbildung ist deshalb unabdingbar. Diese branchenspezifische Weiterbildung unterstützt Sie dabei, in der täglichen Arbeit verkaufs-, marktorientiert und betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln. Der Lehrgang umfasst acht Module, die einzeln abgeschlossen werden. Sind alle Module erfolgreich bestanden, steht der Weg offen, den eidgenössischen Fachausweis zu erlangen.

> **Start Lehrgang ab August 2018 in Bern, Dauer: drei Semester, berufsbegleitend**

wichtigsten Elemente der Mehrwertsteuer behandelt, damit in der Praxis die korrekte Anwendung gesichert ist.

> **21. März 2018, Winterthur**

> **22. August 2018, Bern**

MAI

MwSt.-Fortsetzungs- und Vertiefungskurs

Fit für die Neuerungen ab 2018.

Der Fortsetzungs- und Vertiefungskurs MwSt. soll bei den Teilnehmern die korrekte Anwendung der MwSt. fördern. Anhand von kurzen, praxisbezogenen Fallbeispielen und im Dialog mit dem Referenten kann das Wissen vertieft werden. Voraussetzung: Grundkurs.

> **15. Mai 2018, Winterthur**

> **19. September 2018, Bern**

Occasionsmanagement

Für Automobilverkaufsberater, Geschäftsführer und Inhaber: Ausstellung sowie Präsentation der Occasionen. Den gesamten Eintauschprozess erarbeiten. Bestandsmanagement von Occasionen. Dynamische Preisstrategie anhand von Beispielen auf den Internetplattformen aufzeigen und

erarbeiten. CRM Kunden gewinnen und Kundenbindung.

> **15. Mai 2018, Bern**

Séminaire de gestion des occasions

Groupes cibles: propriétaires, directeurs, vendeurs automobiles. Contenu: expositions et présentation des occasions, élaborer toute la procédure de reprise, gestion des stocks de véhicules d'occasions, montrer et élaborer une stratégie tarifaire dynamique à l'aide d'exemples sur les plateformes Internet; CRM: gagner et fidéliser les clients.

> **17 mai 2018 à Berne**

JUIN

Achtung: Chefsache!

Workshop Mitarbeitergespräche

Wie läuft das bei Ihnen als Führungsver-

antwortliche/r ab? Wollen Sie Ihre Mitarbeitergespräche noch effizienter und erfolgreicher gestalten? Sind Sie bereit, sich intensiv mit der wirksamen Mitarbeiterentwicklung auseinanderzusetzen? Dann sind Sie bei diesem Workshop genau richtig!

> **7. Juni 2018, Bern**

Diese und weitere interessante Themen finden Sie online in der Business Academy.

Retrouvez ces thèmes, et bien d'autres, dans la Business Academy en ligne.

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



www.agvs-upsa.ch, Rubrik: Berufsbildung/AGVS Business Academy



COMMENT METTEZ-VOUS EN OEUVRE LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL?

La solution par branche aide près de 2800 établissements de la branche automobile et des deux-roues à appliquer la directive CFST 6508 sur la sécurité au travail et la protection de la santé.

Nous proposons notamment des check-lists et des cours, spécifiques à la branche. Informez-vous sur www.safetyweb.ch.

Les membres de l'UPSA bénéficient d'un rabais de 25 % sur les frais d'inscription et la cotisation annuelle de la solution par branche.



Solution par branche pour la sécurité au travail et la protection de la santé de la branche automobile et des deux-roues (SAD)
Secrétariat, Wölflistrasse 5, case postale 64, 3000 Berne 22
Numéro gratuit 0800 229 229, fax 031 307 15 16
E-mail info@safetyweb.ch, www.safetyweb.ch



Formation initiale et continue dans la branche automobile : événements régionaux à venir

AARGAU

Automobildiagnostiker

Informationsabend:
Mittwoch, 24. Januar 2018, 18 Uhr
Start: Mittwoch, 5. September 2018
Weiterbildungszentrum Lenzburg
> www.wbzlenzburg.ch

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Kursstart: 17. August 2018
Handelsschule KV Aarau
> www.hkvaarau.ch

BERN

Automobil-Verkaufsberater

Informationsanlass: 1. März 2018, 18 Uhr
Start Lehrgang August 2018, Mobilcity Bern
> www.agvs-upsa.ch

Automobildiagnostiker

Kursstart: Mittwoch, 15. August 2018

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Kursstart: Freitag, 17. August 2018

Automobil-Werkstattkoordinator

Kursstart: Freitag, 17. August 2018

> **GIBB Bern**, www.gibb.ch

CHUR / ZIEGELBRÜCKE

Automobildiagnostiker

Informationsabende:
› 15. März 2018, 19 Uhr
Berufsschule Ziegelbrücke
› 16. März 2018, 19 Uhr
AGVS Ausbildungszentrum, Chur
Anmeldeschluss: 29. März 2018
Lehrgangstart: 24. August 2018
ibW Höhere Fachschule Südostschweiz, Chur
> www.ibw.ch

HORW

Automobildiagnostiker und Automobil-Werkstattkoordinator

Informationsabende ab 18 Uhr
22. Februar 2018
Start Vorbereitungskurs August 2018
AGVS Ausbildungszentrum Horw
> www.agvs-zs.ch

ST. GALLEN

Automobildiagnostiker

Lehrgangstart: August 2018
Neu mit Einführungstagen
AGVS Ausbildungszentrum St. Gallen
> **Info-Anlässe siehe www.agvs-abz.ch**

THURGAU

Automobildiagnostiker

Lehrgangstart: August 2018
Gewerbliches Bildungszentrum Weinfelden
> eb.gb.w.ch

WINTERTHUR

Kundendienstberater im Automobilgewerbe

Start Lehrgang: 12. Januar 2018, STFW
> www.stfw.ch/akb

Informationsanlass Weiterbildungen im Automobilgewerbe

Montag, 09. April 2018, 19.00–20.30 Uhr,
STFW Winterthur (STFW)
> www.stfw.ch/info

Automobil-Verkaufsberater

Start Lehrgang: 21. August 2018, STFW
> www.stfw.ch/aavb

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Start Lehrgang: 22. August 2018, STFW
> www.stfw.ch/abwa

Automobildiagnostiker

Automobil-Werkstattkoordinator

Start Lehrgang: 5./6. September 2018, STFW
> www.stfw.ch/ad/
> www.stfw.ch/adwo

ZÜRICH

Informationsanlass Weiterbildungen im Automobilgewerbe

Dienstag, 16. Januar 2018
18.30–20.30 Uhr, TBZ Zürich
> www.tbz.ch/weiterbildung/automobil-technik

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Start nach neuem Konzept:
23. Februar 2018, TBZ Zürich
> www.tbz.ch/weiterbildung/automobil-technik

Automobil-Werkstattkoordinator

Start Lehrgang: September 2018
TZ Zürich
> www.tbz.ch

Lehrgang Fahrzeugrestaurator

Fachrichtung Automobiltechnik (2018)
Fachrichtung Carrosseriespenglerei (2019)
Fachrichtung Carrosserielackiererei (2018)
Die nächsten Lehrgänge starten Anfang
2018, Anmeldungen und Informationen:
> www.fahrzeugrestaurator.ch

ROMANDIE

Diagnosticien d'automobiles

Prochaine session: janvier 2018
Cours du soir et samedi
Centre de formation UPSA-VAUD
Yverdon-les-Bains
> www.formation.upsa-vaud.ch

Brevet fédéral de conseiller de vente en automobile

Séance d'information: 30.01.2018, 18 h
Prochaine session: 25.04.2018–27.11.2019
au Centre Patronal de Paudex

Diplôme fédéral de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile

Séance d'information: 01.02.2018, 18 h
Prochaine session: 21.02.2018–27.06.2020
Centre Patronal de Paudex

Brevet fédéral de coordinateur d'atelier automobile UPSA

Séance d'information: 20.03.2018, 18 h
Prochaine session: 10.09.2018–30.06.2019
au Centre Patronal de Paudex

Brevet fédéral de conseiller de service à la clientèle dans la branche automobile

Séance d'information: 18.04.2018, 18 h
Prochaine session: printemps 2018
Centre Patronal de Paudex
> www.romandieformation.ch

VALAIS

Diplôme fédéral de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile

Prochaine session: 21.02.2018
Centre valaisan de perfectionnement
continu, Sion
> www.cvp.c.ch

Diagnosticien d'automobiles

Prochaine session: automne 2018
École Professionnelle Technique
et des Métiers, Sion
> www.formationcontinuevalais.ch

Coordinateur d'atelier automobile

Prochaine session: automne 2018
École Professionnelle Technique
et des Métiers, Sion
> www.formationcontinuevalais.ch

Les sections nous informent

Pour une publication dans AUTOINSIDE, envoyez-nous vos informations sur les événements et formations à venir dans la branche automobile à l'adresse myfuture@agvs-upsa.ch.

Vous trouverez les informations relatives à toutes les formations continues sur

www.agvs-upsa.ch/fr/formation/formation-professionnelle-superieure



« Race to Sema »

Avec le MechaniXclub à Las Vegas

En novembre 2017, les gagnants du grand concours MechaniXclub ont pu découvrir le plus important salon des accessoires automobiles du monde, le SEMA, à Las Vegas. « Nous nous doutions bien que ce serait énorme. Mais ce que nous voyons ici dépasse l'entendement ! », ont affirmé Flavio Ercolani et Simone Cucuzza, abasourdis par leurs nombreuses impressions.



Flavio Ercolani (à g.) et Simone Cucuzza.

■ pd. Pour être du voyage, les deux heureux gagnants ont dû répondre toute l'année à des questions de concours et prouver leur habileté, leurs talents de chanteurs et leur spontanéité sur le circuit de karting de Lyss lors

de l'événement final. Oliver Spuler, d'ESA, et Sven Saxer, de Continental Suisse SA, ont accompagné les gagnants. Ils étaient unanimes : « Le MechaniXclub a bénéficié du partenariat avec Continental et ESA et s'est révélé une fois de plus l'adresse la plus attractive de la branche pour les collaborateurs, récents ou anciens ! »

Las Vegas by Night

Outre leurs journées au salon, les gagnants ont également trouvé le temps d'explorer Las Vegas de jour comme de nuit : ses casinos, où Flavio et Simone ont tenté leur chance, ses complexes hôteliers, où des gondoliers emmènent les visiteurs en balade et ses boîtes de

nuit dans lesquelles la fête a continué jusqu'à l'aube. « Grâce aux pros de Vegas d'ESA, nous avons pu découvrir Las Vegas en un rien de temps », a affirmé Flavio Ercolani. Simone Cucuzza s'est extasié : « La fête Continental au Caesars Palace était le point d'orgue, une expérience unique ! »

Le MechaniXclub a été lancé par ESA en 2011. L'adhésion gratuite au club offre de nombreux avantages aux salariés de la branche de l'automobile et de la carrosserie. Plus de 9000 membres profitent de l'offre unique. C'est la deuxième fois déjà que le MechaniXclub organisait le concours « Race to Sema » avec Continental. <

Sponsored Content

À chaque besoin le bon concept de garage

■ pd. La technique automobile et les besoins des clients évoluent de plus en plus rapidement. Les garages doivent constamment repenser leur philosophie et compléter leurs connaissances en matière de technique et de marché. Les concepts de garage offrent aux garagistes la possibilité d'actualiser leur savoir-faire, d'élargir leur offre et de positionner leur entreprise en qualité de spécialiste multimarques.

Les garages ont différents clients et différents besoins. C'est pour permettre aux garagistes suisses de disposer d'un choix encore plus large qu'ESA a mis en place au printemps 2017 un nouveau concept de garage sous la marque « Checkbox ».

Il se distingue fortement de celle des deux marques à succès, « Le Garage » et « Bosch Car Service » aussi bien en termes de visuel que de contenu. Le concept est modulaire et s'adresse aux petits garages. Comme toujours, ESA accorde beaucoup d'importance à la qualité. Les entreprises feront l'objet de contrôles en conséquence avant l'intégration du concept et ESA dispose d'une offre pour chaque besoin.



le GARAGE

• « **Le Garage** » : pour les garagistes qui tiennent à conserver leur liberté tout en s'associant à une marque forte pour profiter de ses prestations en matière de concept.



• « **Bosch Car Service** » : pour les garagistes qui recherchent un partenariat avec une marque internationale forte, qui veulent profiter des prestations d'un partenaire d'envergure en matière de concept et qui peuvent satisfaire aux exigences correspondantes.

CHECKBOX

• « **Checkbox** » : pour les garagistes qui souhaitent s'associer à une marque moderne pour leur atelier, avoir un recours ponctuel aux prestations d'un partenaire et qui sont prêts à respecter les directives et obligations relatives au concept.

Les responsables régionaux ESA et les agences ESA se feront un plaisir d'aider les garagistes intéressés à trouver le concept adéquat. <

Diplôme de gestionnaire d'entreprise dans la branche automobile

« Il est temps d'investir dans

C'est par une newsletter de l'UPSA que Rolf Schürpf a entendu parler pour la première fois du diplôme de gestionnaire d'entreprise dans la branche automobile ; le même jour, il appelait la STFW, qui propose la formation : « Je me suis dit qu'il était temps d'investir dans la formation continue. » Il n'a pas regretté sa décision. **Sandro Compagno**, rédaction



Rolf Schürpf devant l'école technique suisse de Winterthour : ce père de famille effectue actuellement près de 70 heures par semaine.

■ À l'été 2018, Rolf Schürpf et ses 19 compagnons d'étude seront les premiers élèves de l'école technique suisse de Winterthour (STFW) à terminer la formation de gestion-

naire d'entreprise diplômé dans la branche automobile. À côté de la GIBB de Berne (Gewerblich-industrielle Berufsschule Bern), de l'école professionnelle technique de Zurich

(TBZ) et de l'école de commerce KV Aarau, l'école de Winterthour est le quatrième établissement de Suisse alémanique à proposer cette formation professionnelle supérieure. Comme l'explique Beat Geissbühler, responsable du département de la technique automobile à la SFTW, l'école collabore étroitement avec la GIBB de Berne, les cours étant en partie dispensés par les mêmes enseignants.

Rolf Schürpf fait partie de la première velle d'étudiants de Winterthour. À 47 ans, celui qui est aussi responsable de l'après-vente auprès du groupe zurichois Binelli, est l'élève le plus âgé de sa classe. Le fait que ses camarades d'école soient aussi des professionnels chevronnés ne gêne nullement ce père de trois enfants. « Au contraire, la classe est un bon mélange. Je me sens bien entouré et soutenu. »

Une réponse au dynamisme de la branche

Rolf Schürpf a déjà une longue carrière derrière lui au sein de la branche automobile : un apprentissage de mécanicien, une formation complémentaire de diagnosticien (aussi effectuée à la SFTW), un examen de maîtrise, puis une formation de coordinateur de vente, « pour combler une lacune ». Mais la branche est extrêmement dynamique : à peine une lacune est-elle comblée qu'une nouvelle

Les établissements

Six écoles proposent la formation professionnelle supérieure de gestionnaire d'entreprise dans la branche automobile, dont quatre en Suisse alémanique et deux en Suisse romande.

Suisse alémanique

- GIBB (Gewerblich-Industrielle Berufsschule Bern)
- école professionnelle technique de Zurich
- école de commerce KV Aarau
- école technique suisse de Winterthour

Suisse romande

- Centre Patronal de Paudex
- Centre valaisan de perfectionnement continu, à Sion

la formation continue »

apparaît. Cela fait penser à ce numéro de jonglage dans le cirque chinois, où dès qu'une assiette n'est plus maintenue en mouvement, elle tombe et se fracasse au sol. Rolf Schürpf décrit cette formation de deux ans en cours d'emploi comme un défi. Malgré sa grande expérience, il n'a pas l'impression de revoir des choses qu'il maîtrise déjà. L'important, dans cette formation, est le fait qu'elle soit très axée sur la pratique de la branche, ajoute Beat Geissbühler : « Dans bon nombre d'écoles, la formation de gestionnaire d'entreprise n'a pas de lien avec une branche particulière, elle prépare aux grandes entreprises et à l'industrie, mais moins aux PME et aux services. » Or, les questions et les problèmes au sein d'une société de 1000 collaborateurs ne sont pas du tout les mêmes que dans une entreprise comptant cinq employés. À la SFTW, ce lien fort avec la pratique dépasse même le cadre des leçons. Rolf Schürpf : « Souvent, les étudiants viennent en classe avec des questions pratiques. On peut aussi s'adresser aux enseignants par e-mail : ils nous répondent et nous renseignent même en dehors des cours. » Une excursion chez Emil Frey SA était également au programme scolaire, tout comme la participation à la Journée des garagistes suisses, qui se tiendra le 17 janvier à Berne.

Un 100 % en quatre jours

La formation dure deux ans. Deux ans pendant lesquels les élèves sont mis à rude épreuve. Certes, Rolf Schürpf ne travaille que quatre jours par semaine : « Mais j'accomplis un 100 % sur ces quatre jours. » Les horaires d'ouverture prolongés lui permettent d'organiser son travail de manière flexible, ce qui fait qu'il peut effectuer un temps plein en quatre jours. À côté du travail et des leçons, qui ont lieu le mercredi, et parfois aussi le samedi, les élèves consacrent chaque semaine entre six et huit heures à leurs devoirs et à l'étude à la maison. Ainsi, Rolf Schürpf effectue facilement 65 à 70 heures par semaine : « Il est important d'avoir une épouse compréhensive et le soutien de son employeur. » Un soutien qui porte davantage sur la flexibilité au niveau des horaires que sur l'aide financière (voir encadré).

Les examens fédéraux auront lieu en septembre. Jusque-là, Rolf Schürpf et ses coreligionnaires doivent réussir neuf modules afin de se qualifier pour l'examen professionnel supérieur. La matière de ces neuf modules se retrouvera dans les problématiques et thématiques de l'examen, sous la forme d'études de cas, de présentations et d'entretiens spécialisés. « J'effectue cette formation

pour moi, pour préparer mon avenir, explique Rolf Schürpf, et parce que je crois qu'il y a un avenir dans la branche automobile. » Il y a deux ans, il a lu une newsletter de l'UP-SA et a saisi son téléphone pour contacter la SFTW. Aujourd'hui, il referait exactement la même chose. <

Les subventions

om. Les participants aux cours préparatoires aux examens professionnels et aux examens professionnels supérieurs fédéraux recevront un soutien financier harmonisé à l'échelle suisse à partir du 1^{er} janvier 2018. Toutefois, certains points sont à respecter.

La demande de subvention ne peut être déposée qu'après l'examen fédéral sur le portail en ligne du Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI). Le versement a lieu indépendamment de la réussite ou de l'échec à l'examen. La Confédération prend en charge 50 % des coûts de la formation.

Important : les frais des cours pris en charge par des tiers et versés directement aux prestataires des cours sont exclus de la subvention. En revanche, un soutien, par exemple de l'employeur à l'élève (au moyen d'une convention de formation ou d'un contrat de prêt), n'a aucune influence sur le droit à la subvention. Il convient par conséquent d'éviter des erreurs qui peuvent coûter cher !



DIAGNOSTIC, SERVICE ET TPMS DANS UN SEUL APPAREIL.

Exclusive Swiss **AUTEL**® Partner



Un instant mémorable : les gestionnaires d'entreprise tout juste diplômés, en compagnie de leurs responsables de formation.

Gestionnaires d'entreprise diplômés de la branche automobile

À la recherche de la performance

Que ce soit au niveau technique ou dans les processus d'exploitation, la numérisation est en train de bouleverser la branche automobile. Aujourd'hui, 41 professionnels relèvent le défi en s'armant du diplôme fédéral de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile. Cette volonté de continuer à se former renforce la branche et assure sa pérennité, a-t-on pu entendre lors de la remise des diplômes. **Tatjana Kistler, rédaction**

■ Du 4 au 12 septembre, 53 candidats ont été confrontés à un obstacle de préparation intense et ont passé l'examen professionnel supérieur de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile, couronné par un diplôme. La bonne nouvelle est que 41 titulaires de cette formation ont franchi cet obstacle avec brio. Un exercice qu'il fallait saluer à sa juste valeur. Ainsi, le 1er décembre, l'UPSA a préparé un cadre unique pour les diplômés (voir encadré) dans l'auberge Schloss Falkenstein à Niedergösgen afin de trinquer à leur réussite et à leur avenir prometteur au sein d'une branche pleine de défis, mais non moins passionnante.

Se démarquer de la concurrence

Le responsable de la formation de l'UPSA, Olivier Maeder, a ouvert les festivités et, une fois le programme expliqué, a invité les participants, tous sur le trente-et-un et attentifs, à prendre part au généreux apéritif. À l'issue de cette cérémonie, les 39 diplômés et les deux diplômées de l'examen professionnel supérieur ont pu rentrer chez eux ou dans leur entreprise avec à leur actif un bagage professionnel des plus solides.

De quoi honorer le parcours de formation exigeant étalé sur deux années, selon Peter Baschnagel, président de la commission d'assurance de la qualité Examen professionnel supérieur : « Vous avez fait le choix de la performance et non celui de la médiocrité. » Un enga-

gement d'avenir, car les diplômés ont bel et bien acquis les pré-requis pour assurer le succès d'une entreprise dans un milieu d'affaires en constante évolution. « Ne vous laissez pas freiner dans vos idées », a conseillé Peter Baschnagel, instillant ainsi la dose nécessaire d'enthousiasme et d'assurance aux professionnels.

S'armer pour faire face aux défis de demain

Charles-Albert Hediger, président de la commission de formation professionnelle (CFP), a qualifié de vertu nationale la volonté de continuer à se former. Après tout, la Suisse ne serait pas un pôle économique sur la scène internationale sans sa plus grande ressource qui est aussi la plus importante : la formation. Le modèle de réussite de la formation professionnelle duale porte ses fruits, les métiers de l'automobile sont quant à eux porteurs d'avenir : un credo sur lequel Urs Wernli, président central de l'UPSA, a lui aussi axé son discours d'éloge. « Une formation de base ou une formation continue solides sont le moteur de toute branche.

Cela est particulièrement vrai dans celle de l'automobile, car l'évolution des techniques, de la technologie, mais aussi des processus au sein des entreprises est très rapide », a-t-il constaté. Sans compter qu'une association de branche d'une telle taille a besoin de spécialistes engagés, servant d'exemples. Et dans les rangs des modèles de l'association suisse des garagistes, les diplômés de l'examen profes-



Girl power : Yasmin Bürgi, de Rohr (AG), avec le président central de l'UPSA Urs Wernli, Charles-Albert Hediger et Peter Baschnagel.



Girl power : Selina Patricia Sandmeier, de Niederrohrdorf (AG), avec son diplôme de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile.



Le moment tant attendu de la remise des diplômes par Charles-Albert Hediger (à g.) et Peter Baschnagel.



Ambiance festive à l'auberge Schloß Falkenstein à Niedergösgen, avec les experts aux examens au premier plan.

sionnel supérieur sont en bonne compagnie. Les entreprises membres de l'UPSA comptent un nombre remarquable de 8500 employés actuellement en apprentissage ou dans une formation.

Car la réalité – la numérisation de la branche automobile et ses nombreux défis, ainsi que les répercussions de la mobilité de demain – exige justement cette inclination à la formation et à la performance. Cependant, deux choses restent inchangées : la fascination exercée par la voiture et le rôle du garagiste comme personne de confiance et expert, qui s'occupe de ses clients et répond à leurs besoins, et se mue en prestataire de mobilité complet. Une tâche passionnante à laquelle les 41 gestionnaires diplômés de la branche automobile peuvent et doivent désormais contribuer, leur diplôme en poche. <



De quoi se réjouir : les diplômés et leurs compagnes.

Les 41 gestionnaires d'entreprise diplômés de la branche automobile

34 des 41 diplômés de l'examen professionnel supérieur, dont deux femmes, ont achevé leur formation à l'école professionnelle technique de Zurich (TBZ), à la « Gewerblich Industriellen Berufsschule » de Berne (GIBB) ou à l'école de commerce KV d'Aarau; sept autres au Centre Patronal, Paudex.

Stefan Bär (Eichberg SG)
 Yasmin Bürgi (Rohr AG)
 Jan-Andrea Christen (Schindellegi)
 Werner Fuchs (Walchwil ZG)
 Christoph Grob (Zofingue AG)
 Christoph Grüebler (Otelfingen ZH)
 Stefan Hiltmann (Oberrohrdorf AG)
 Pero Juric (Zurich ZH)
 Pascal Matthey (Domat/Ems GR)
 Claudio Müller (Rohr AG)
 Jan Pachler (Attikon ZH)
 Thomas Raymann (Sankt Gallenkappel SG)
 Tobias Signer (Zurich ZH)
 Andreas Wüst (Hausen AG)

Urs Zuberbühler (Zuzwil SG)
 Beat Baumann (Hinwil ZH)
 Markus Benz (Zurich ZH)
 Stefan Bieri (Würenlos AG)
 Rade Bogicevic (Rebstein SG)
 Franz Dorin (Gossau SG)
 Philipp Fischbacher (Gonten AI)
 Raphael Fuchs (Grub AR)
 Pascal Kunz (Wetzikon ZH)
 Nicolas Meier (Sissach BL)
 Andreas Oehri (Eschen FL)
 Reto Rosenast (Altendorf SZ)
 Selina Patricia Sandmeier (Niederrohrdorf AG)
 Rolf Saner (Mümliswil SO)

Thomas Scherz (Steffisburg BE)
 Mario Scheurer (Studen BE)
 Claude Tanner (Belp BE)
 Bernhard Von Allmen (Steffisburg BE)
 Bruno Wanner (Schaffhouse SH)
 Urs Wüthrich (Wattenwil BE)
 Baptiste Borcard (Grandvillard FR)
 Steve Di Biasio (Yverdon-les-Bains VD)
 Damien Fiaux (Renens VD)
 Fluturim Sakiri (Cuarnens VD)
 Peter Dos Santos Lopes (Vandœuvres GE)
 Frédéric Sallin (Villaz-St-Pierre FR)
 Romain Wyssmüller (Bulle FR)

Radar politique

Ce qui nous attend en 2018

La politique des transports est toujours en mouvement. C'est le cas cette année encore, où de nombreux sujets seront d'actualité. Voici un aperçu des prochains rendez-vous en la matière. **Raoul Studer**, rédaction



Cette année encore, les transports et la politique des transports occuperont les Chambres fédérales.

■ En 2018, c'est à nouveau toute une série de sujets relatifs à la politique des transports qui sera d'actualité. Et dans ce type de sujets, chacun peut se dire expert, parce que les conséquences des décisions nous concernent tous très directement au quotidien.

Programme de sécurité routière *Via sicura*

À partir de 2013, les mesures du programme de sécurité routière *Via sicura* sont entrées en vigueur de manière échelonnée. Après le rapport d'évaluation du Conseil fédéral en date du 28 juin 2017, il est apparu que certains points devaient être corrigés. C'est la raison pour laquelle la Commission des transports du Conseil des États a déposé une motion qui vise à prévoir une marge d'appréciation pour les tribunaux dans les cas de négligence, à abroger la peine privative de liberté d'un an au minimum et à réduire la durée minimale de retrait du permis. La motion demande aussi que l'obligation de recours des assureurs prévue à l'article 65, alinéa 3 de la loi sur la circulation routière soit transformée en un droit de recours, et que les mesures relatives aux enregistreurs de données et aux éthylomètres anti-démarrage soient abandonnées. En attendant que les Chambres fédérales examinent la motion, la Commission a suspendu le traitement d'autres objets portant sur le projet *Via sicura*. La motion a été traitée et adoptée par le Conseil des États lors de sa session d'hiver. Elle sera soumise au Conseil national en 2018.

Décision relative à *Opera 3*

Il ne faut pas confondre *Via sicura* et *Opera 3*, qui concerne la révision de l'apprentissage de la conduite. Dorénavant, celui-ci devrait débuter non plus par l'examen théorique, mais par l'éducation routière,

à partir de l'âge de 16 ans. Le permis d'élève conducteur, désormais valable de manière illimitée, pourra être octroyé à partir de 17 ans. Les personnes ayant passé l'examen pratique de conduite avec un véhicule muni d'une boîte de vitesses automatique seront autorisées à conduire des voitures dotées d'une boîte de vitesses manuelle et inversement. Pendant la période probatoire de trois ans, les nouveaux conducteurs ne devront plus suivre deux cours de formation complémentaire, mais un seul. D'autres éléments seront également revus.

Pendant la procédure de consultation, les moniteurs de conduite ont vivement protesté, en particulier contre la réduction des cours de formation complémentaire de deux à un jour ainsi que contre l'octroi du permis d'élève conducteur à partir de 17 ans déjà.

Toutes ces questions étant réglementées par voie d'ordonnance, elles sont du ressort du Conseil fédéral. Celui-ci mettra probablement l'ordonnance en vigueur par une décision en 2018 déjà. Dans quelle mesure tiendra-t-il compte des critiques? C'est ce que l'on verra.

Le combat pour une loi sur le CO₂

Un autre sujet important est la révision complète de la loi sur le CO₂ pour la période 2021–2030 et le message concernant l'approbation de l'accord entre la Suisse et l'Union européenne sur le couplage des systèmes d'échanges de quotas d'émission. Le Conseil fédéral a entériné en décembre 2017 le message qui sera transmis aux Chambres fédérales en 2018. Le secteur des transports doit réduire ses émissions en augmentant la part des carburants renouvelables. Il est également prévu de diminuer progressivement les émissions de CO₂ des voitures neuves, en accord avec l'UE. La part des émissions issues des carburants qui doit être compensée par les importateurs de carburants pour-

ra atteindre 90%, dont 15% à réaliser en Suisse. Le Conseil fédéral estime que cette obligation de compensation entraînera une hausse du litre de carburant de 10 centimes au maximum en 2030.

Au Gothard, le second tube se concrétise

C'est probablement au printemps prochain que le projet d'exécution public pour le second tube routier au Gothard sera remis au Département fédéral des transports. Si tout se passe comme prévu (adoption du plan et traitement de plaintes éventuelles), la construction devrait commencer en 2020 au plus tôt.

Bifurcation à droite et dépassement à droite

C'est aussi en 2018 que doit démarrer la procédure de consultation relative à la révision de l'ordonnance sur les règles de la circulation routière et de l'ordonnance sur la signalisation routière; elle est pour l'heure en préparation à l'Office fédéral des routes. Un des objectifs est d'autoriser les automobilistes à tourner à droite au feu rouge, comme cela se pratique aux États-Unis. Des essais déterminants se déroulent en ce moment avec des cyclistes à Bâle. Il est également prévu de tolérer le dépassement par la droite sur les autoroutes, un amendement qui permettrait de mieux exploiter les capacités des axes routiers.

Loi fédérale sur la vignette électronique

La procédure de consultation relative à la nouvelle loi sur la vignette autoroutière a pris fin. Le message à ce sujet est en cours d'élaboration, et sera probablement adopté par le Conseil fédéral en 2018. Le vignette ne serait plus une vraie vignette, mais une autorisation enregistrée sous forme électronique. Après le « non » du peuple en novembre 2013, son prix doit rester de 40 francs par année. « En raison de son montant peu élevé et de son caractère forfaitaire, la redevance pour l'utilisation des routes nationales ne se prête pas à la poursuite d'objectifs de gestion du trafic, écrit le Conseil fédéral dans son rapport explicatif. C'est pourquoi le projet de révision ne prévoit aucun objectif de cette nature. » Cela ne signifie pas que la tarification routière n'est plus un thème d'actualité. Il n'est simplement pas encore à l'ordre du jour, mais cela peut changer. D'après les explications du Conseil fédéral, la vignette électronique pourra être introduite en 2023 au plus tôt.

L'initiative vélo

Dans sa session d'hiver, le Conseil des États a entériné à une large majorité le contre-projet direct (au niveau constitutionnel, donc) à l'ini-

tiative vélo du Conseil fédéral. Le nouvel article constitutionnel des initiants obligerait l'État à encourager l'aménagement et l'entretien des chemins et sentiers pédestres et des voies cyclables en allouant des fonds. Pour la Chambre haute, cela va trop loin. La proposition du Conseil fédéral prévoit que l'État puisse soutenir les mesures des cantons et de tiers, sans avoir l'obligation de les encourager. Ce contre-projet n'est toutefois pas entièrement gratuit. Les coûts de sa mise en œuvre sont estimés à près d'un million de francs. Le dossier ira au Conseil national en 2018.

Le service antipollution à nouveau sur le tapis

La conseillère nationale Tiana Angelina Moser (verts libéraux/ZH) a déposé une motion invitant le Conseil fédéral à introduire en Suisse un contrôle périodique des gaz d'échappement afin que les véhicules respectent les valeurs limites d'émission pendant toute leur durée de vie. Ce contrôle devra être opéré auprès de tous les véhicules motorisés, y compris ceux satisfaisant à la norme Euro 6/VI grâce à une gestion électronique. Le Conseil fédéral invite au rejet de la motion. Elle sera soumise au Conseil national en 2018 (voir article p. 60).

Examen médical à partir de 75 ans seulement

Les deux Chambres ont approuvé l'intervention de Maximilian Reimann (UDC/AG), qui demande que le premier examen médical ne soit plus réalisé à partir de 70 ans révolus, mais à partir de 75 ans révolus. Le délai référendaire pour cet amendement de la loi expire le 18 janvier 2018. Le Conseil fédéral fixera ensuite la date d'entrée en vigueur de la nouvelle disposition. Il pourrait s'agir du 1er janvier 2019, les services des automobiles ayant besoin de temps pour s'adapter. Jusque-là, c'est l'ancienne règle qui s'applique.

C'est au tour du FORTA

Le Fonds pour les routes nationales et le trafic d'agglomération (FORTA) entre en vigueur le 1er janvier 2018. Le Conseil fédéral a approuvé les adaptations juridiques dans la Constitution, les lois et les ordonnances telles que décidées par le Parlement, avec comme échéances le 1er janvier 2018 pour le FORTA, et le 1er janvier 2020 pour le nouvel arrêté sur le réseau des routes nationales (NAR). Ainsi, les moyens consacrés aux projets d'achèvement du réseau et d'élimination des goulets d'étranglement proviendront désormais du nouveau fonds. <

Votre spécialiste 4x4

Pour boîtes de vitesses, directions et essieux.
www.zf.com/services/ch



ZF Services Schweiz AG
8604 Volketswil



DLK TECHNOLOGIES
pour le traitement des eaux - für Wassertechnik



Salon de l'automobile 2018

Sonozaire Désodorisation des véhicules à l'ozone sans ajout de chimie

www.dlk.ch
www.ozone.ch

ozone.ch
Les spécialistes de l'eau et de l'ozone



Contrôle des gaz d'échappement

L'Allemagne passe à la vitesse supérieure

Alors que notre voisin du Nord réalise, depuis quelques jours, une mesure à l'échappement en même temps que des contrôles de gaz d'échappement, une telle intervention politique reste gelée en Suisse. L'initiatrice Tiana Angelina Moser (conseillère nationale PVL/ZH) mise sur la session de printemps. **Tatjana Kistler, rédaction**



Les mesures à l'échappement: une réalité en Allemagne depuis le début du mois.

■ L'Allemagne passe à l'acte: à partir du 1er janvier 2018, une mesure à l'échappement sera effectuée sur tous les véhicules lors du contrôle des gaz d'échappement. En Allemagne, le TÜV, Dekra, KüS et GTÜ effectuent tous les ans 24 millions de contrôles de gaz d'échappement. Les véhicules construits en 2006 et après étaient jusqu'ici dispensés de la mesure à l'échappement. Plus maintenant, aussi bien pour les véhicules à essence que diesel. Argument principal: le nouveau contrôle obligatoire de l'échappement permettrait de constater de manière plus fiable si l'épuration des gaz d'échappement d'une voiture est affectée. Alexander Dobrindt, ministre des transports allemand (CSU), justifie ce changement de cap face à « focus.de » de la manière suivante: « Cela concerne les défauts, mais aussi les manipulations volontaires ». Une conséquence du contexte fumeux de la thématique du diesel dont les défenseurs politiques de la mesure à l'échappement ont su tirer profit.

Le débat politique est lancé

Un changement de cap politique en termes de contrôle de gaz d'échappement risque-t-il de se produire en Suisse également? Pas encore, mais les choses vont bouger. La conseillère nationale PVL de Zurich Tiana Angelina Moser est intervenue dans ce sens en mars 2017 avec sa motion visant à réintroduire des contrôles périodiques de gaz d'échappement pendant toute la durée de vie du véhicule. « Pour déterminer les taux d'émissions réels, il ne suffit pas de se fier aux réglages des fabricants », explique Tiana Angelina Moser dans les médias quant à sa motivation personnelle. La motion devrait être soumise au Conseil national lors de la session de printemps.

L'UPSA assiste les responsables politiques

Le fait est qu'en termes de politique sociale, la mise en œuvre de la motion Moser équivaldrait à une revalorisation du profil professionnel du garagiste en tant que mail-

lon des efforts nationaux déployés pour protéger l'environnement. Qui plus est, la mesure obligatoire à l'échappement aurait un effet bénéfique sur le chiffre d'affaires du garagiste. Markus Peter, responsable Technique et Environnement à l'UPSA, trouve un autre avantage à cette motion, à savoir la réhabilitation du moteur à combustion: « En concevant correctement les contrôles des gaz d'échappement, on pourra également améliorer la réputation du moteur à combustion. » L'UPSA propose de participer à la définition des méthodes de mesure et de contrôle. La motion demande notamment « d'examiner quelles méthodes de mesure seraient adaptées pour faire observer les valeurs limites d'émissions ». <

Optimisation fiscale en vue du bilan annuel

Une marge de manœuvre existe

Pour la plupart des entreprises, le nouvel exercice comptable débute en janvier. Dans ce cas, l'heure du bilan annuel est donc arrivée. Du point de vue fiscal, il existe plusieurs possibilités intéressantes pour optimiser la charge d'impôts pour l'exercice écoulé. **Andreas Kohli**, Figas



De retour chaque année: la déclaration d'impôts.

■ En principe, la planification fiscale se conçoit à long terme, et non juste avant le bilan annuel. Lorsqu'on s'attaque à cette question, il faut avoir en tête l'idée d'optimiser ses impôts, et non de réaliser des économies immédiatement. Épuiser trop vite toutes les possibilités de l'épargne fiscale peut s'avérer contre-productif à long terme. Voici quelques positions pour lesquelles il existe une marge de manœuvre dans le cadre du bilan annuel.

Stocks de marchandises

La sous-évaluation d'un tiers du stock de marchandises, fiscalement avantageuse, est un des éléments déterminants d'une clôture annuelle favorable. Toutefois, dans la pratique, à côté de la réserve sur marchandises, il n'existe souvent aucune autre rectification de valeur sur les stocks. Il faudrait pourtant calculer la réserve sur marchandises à partir de la valeur du marché, c'est-à-dire au prix d'achat moins les rectifications de valeur nécessaires à l'exploitation. Sans rectifications de valeurs séparées, une partie de la réserve sur marchandises doit être considérée comme indispensable. Dans ce cas, on n'exploite pas totalement les avantages de la sous-évaluation du tiers du stock de marchandises.

Créances

Il est recommandé de passer la liste de vos débiteurs au peigne fin et de sortir de vos comptes les créances non recouvrables.

En ce qui concerne le total net des créances à recouvrer, une provision pour ducroire peut être faite dans la limite du taux forfaitaire fiscalement admis, ce qui correspond dans les grandes lignes à une réserve latente. En outre, sortir les créances des comptes possède un autre avantage: la taxe sur le chiffre d'affaires établie au moment de la facturation peut-être récupérée (ne pas oublier le code TVA au moment de la sortie de bilan!).

Actifs immobilisés

Les taux d'amortissement sur les immobilisations corporelles varient en fonction des cantons. Certains cantons prévoient en outre des amortissements immédiats ou uniques permettant d'amortir intégralement, ou dans leur plus grande partie, les investissements dans des immobilisations corporelles mobilières l'année de l'acquisition. Les années suivantes, en revanche, il n'est plus possible d'effectuer d'autres amortissements sur le bien, et ce jusqu'à ce que celui-ci soit éliminé ou que l'on puisse démontrer que des amortissements supplémentaires sont nécessaires.

Certains cantons acceptent les amortissements de rattrapage, dans la mesure où, en raison de résultats insuffisants, les amortissements n'ont pas été effectués au taux fiscal maximal les années précédentes. Il faut aussi examiner la possibilité d'activer les biens d'équipement loués et d'adopter la méthode d'amortissement qui convient.

Provisions

Les provisions existantes sont en général acceptées par l'administration fiscale. En revanche, de nombreux taxateurs sont relativement critiques vis-à-vis des provisions nouvellement formées, et exigent une preuve de leur nécessité. Or cette preuve est souvent difficile à fournir. Il faut donc bien réfléchir à la déductibilité fiscale des provisions.

Les garanties et les obligations sont les provisions les plus fréquentes dans la branche automobile. On en rencontre également fréquemment dans les obligations de leasing (obligations de reprise à la valeur résiduelle). Dans certains cantons, une provision de 5% de la valeur résiduelle est acceptée. Selon le canton et le taxateur, ce chiffre peut être plus ou moins important. Certains cantons, comme Zurich ou Berne, prévoient également des provisions pour les réparations importantes sur les biens fonciers. L'acceptation fiscale de ces provisions est précisément décrite dans les lois fiscales cantonales, et peut donc être prévue.

Réserves de cotisations de l'employeur

Les versements pour réserves de cotisations de l'employeur sont déductibles de l'impôt. Le montant de ces réserves est limité au quintuple des cotisations annuelles de prévoyance professionnelle dues par l'employeur. Dans certains cantons, l'administration fiscale tolère que le montant prévisionnel des réserves de cotisations de l'employeur soit inscrit au passif pendant l'année en cours, mais versé seulement l'année d'après (en général, dans les 6 mois). D'autres cantons ne reconnaissent pas, fiscalement parlant, un montant prévisionnel comme une dépense. Il est alors impératif d'effectuer le versement avant le jour de clôture. <



Plus d'informations sur:
www.figas.ch

Courses d'essai / voitures de location

Le garagiste est tenu d'informer avant la remise

Le garagiste remet de bonne foi un véhicule à un client potentiel pour une course d'essai. Ce dernier a un accident accompagné de dégâts matériels. Double malchance si le conducteur n'est pas titulaire d'un permis de conduire. Quelles en sont les conséquences du point de vue des assurances ? Ralf Kühne-Schäfer, responsable flottes chez Allianz Suisse, explique les points principaux liés aux courses d'essai et aux voitures de location. Tatjana Kistler, rédaction

Pour que la course d'essai se transforme en expérience de conduite et en vente et non pas en fiasco en termes d'assurance : le contrat d'utilisation pour courses d'essai de l'UPSA vous protège.

■ M. Kühne-Schäfer : À quoi doit faire attention un garagiste avant de remettre un véhicule pour une course d'essai ou une location ?

Ralf Kühne-Schäfer : En premier lieu, le garagiste doit s'assurer que le client ou le conducteur est habilité à conduire une voiture. Cela signifie qu'il doit vérifier qu'il dispose d'un permis de conduire. Il convient ensuite de recenser les données personnelles et de définir la durée de la course d'essai ou de la location. Les deux parties en conviennent dans un contrat d'utilisation/de location qui contient également un état des lieux du véhicule. Cela permet d'éviter les mauvaises surprises lors de la restitution du véhicule si ce dernier accusait déjà des dégâts à l'origine.

Il existe donc une obligation impérieuse d'informer.

Tout à fait. Il est indispensable que le garagiste informe le client ou la personne intéressée de la couverture d'assurance existante du véhicule et des franchises en vigueur. Des règles claires établies à l'avance permettent d'éviter les arguties si un sinistre devait effectivement survenir.

À quelles peines s'expose le garagiste s'il ne s'acquitte pas, ou seulement insuffisamment, de son devoir de diligence ?

Les compagnies d'assurance ne sont pas des autorités pénales. Nous ne sanctionnons donc pas les garagistes par des peines au sens

classique du terme. Nous pouvons toutefois réduire ou refuser les prestations en cas de sinistre si le client manque à ses obligations légales et contractuelles. Pour vous donner un exemple : un client fait une course d'essai sans permis de conduire valable et provoque un accident. L'assurance casco refuse alors les prestations alors que l'assurance en responsabilité civile peut tenter un recours contre le concessionnaire ou le garage en cas de sinistre affectant des tiers. L'inobservation des règles peut vite devenir une affaire coûteuse.

Quand la couverture d'assurance joue-t-elle en cas de course d'essai / location de voiture ?

En principe, l'assurance en responsabilité civile automobile est en place lorsqu'un véhicule muni d'une plaque minéralogique valable est utilisé. En cas de sinistre casco, la couverture d'assurance n'est en place que si une assurance casco a été souscrite pour la plaque minéralogique ou pour le véhicule immatriculé de manière permanente (avec une plaque individuelle ou interchangeable). Il faut aussi impérativement déclarer à l'assureur les véhicules de location dédiés, dont le seul objet consiste à dégager des recettes de location.

Il faut donc le faire systématiquement ?

Cherch Trouvé.

Le N°1 grâce au stock le plus vaste et l'agréable shop en ligne. shop.hirschi.com

HIRSCHI AG
Ça tient.



recours contre le conducteur si celui-ci a été fautif. La prestation peut éventuellement être refusée en tenant compte de l'article de loi correspondant sur Via Secura. C'est pourquoi il est vital que les points ci-dessus soient respectés tant par le garagiste que par le client. S'ils sont réglés en amont, de nombreuses arguties peuvent être évitées en cas de sinistre. <

L'UPSA vous assiste avec un modèle de contrat

Le **contrat d'utilisation pour courses d'essai** se trouve sur le site Internet de l'UPSA. Point crucial : en signant ce formulaire, l'emprunteur s'engage légalement à utiliser lui-même et exclusivement le véhicule pour une course d'essai. Il engage pleinement sa responsabilité en cas d'utilisation négligente du véhicule et pour tous dommages éventuels dès lors que l'assurance auto n'intervient pas (franchise, recours de l'assurance, etc.).

La personne effectuant la course d'essai s'oblige elle aussi à informer immédiatement le loueur et à dresser un constat d'accident. Le conducteur doit par ailleurs contacter lui-même la police. Et surtout : par ce contrat, le loueur est responsable du respect des règles du code de la route en vigueur. Le loueur est donc pleinement responsable des éventuelles infractions au code de la route telles que des excès de vitesse.

L'UPSA conseille instamment de joindre systématiquement une copie du permis de conduire du client au contrat d'utilisation. Le garagiste doit également veiller à ce que ses véhicules de location / d'essai soient munis de constats d'accident vierges.

Il existe également d'autres situations telles que des courses d'essai effectuées par des employés du garage, par exemple suite à une révision ou à des réparations. L'assurance obligatoire de l'entreprise offre ici une couverture en cas de sinistre en responsabilité civile. Il est aussi conseillé d'assurer le risque d'un sinistre casco sur le véhicule du client par le biais d'une police complémentaire correspondante. Ne pas oublier non plus d'utiliser la plaque du concessionnaire pour la course d'essai après une révision si le véhicule du client est dépourvu de plaque minéralogique.

Où s'arrête la couverture d'assurance ?

Il est facile de répondre à cette question : les dispositions légales et contractuelles doivent être observées en permanence. Ce n'est qu'ainsi que la couverture d'assurance est bien fixée.

Comment procède l'assurance en cas de sinistre causé pendant une course d'essai ou une location de voiture ?

Lors du traitement d'un sinistre, il n'y a pas de différence entre un véhicule de démonstration/location et une voiture particulière. Il convient d'abord de signaler le sinistre, nous contrôlons ensuite dans quelle mesure la police d'assurance couvre le sinistre et protège l'assuré. Le sinistre est alors réglé. Nous misons sur un traitement rapide et efficace des sinistres au profit de nos clients.

L'assureur intente-t-il éventuellement un recours contre l'entreprise ou le fournisseur de la voiture ?

En présence de motifs légaux ou contractuels, l'assureur de l'assuré ou des assurés peut réclamer entièrement ou partiellement les prestations fournies à l'assurance en responsabilité civile. Il s'agirait là d'un recours. Si le propriétaire du véhicule a commis une faute, la prestation de l'assurance casco peut être réduite ou faire l'objet d'un

CP MOBIL, la caisse de pensions pour UPSA ASTAG 2roues Suisse USIC

Noël prolongé pour les clients de la CP MOBIL.

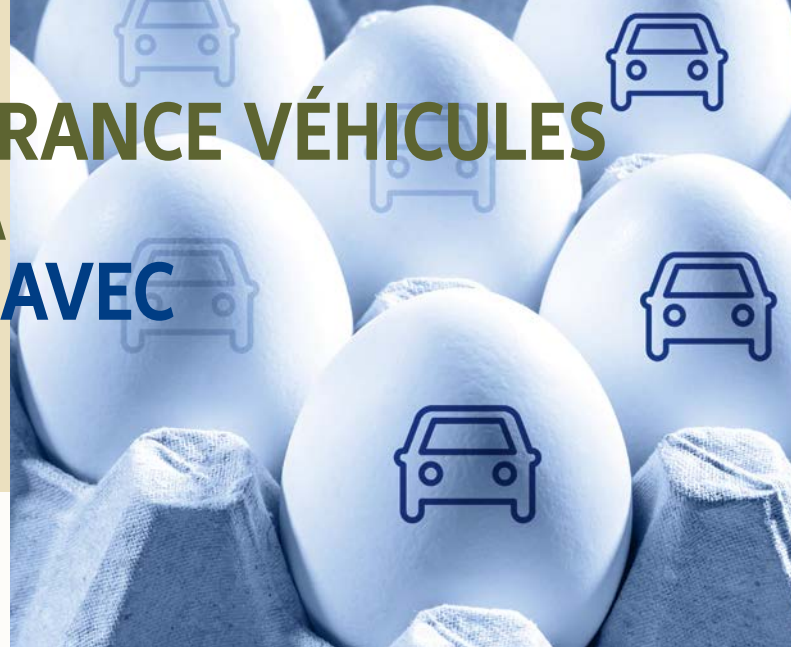
Cotisations de risque 2018
Réduction d'environ **15%**

Taux d'intérêt 2018	
CP MOBIL	1.25%
Obligatoire	1%

PK MOBIL CP
En route vers un avenir sûr

CP MOBIL Tél. +41 (0)31 326 20 19 pkmobil.ch

TUTTOBENE – L'ASSURANCE VÉHICULES À MOTEUR DE L'UPSA EN COLLABORATION AVEC ALLIANZ SUISSE



SERVICE À LA CLIENTÈLE ET PROXIMITÉ: DES GAGES DE SUCCÈS

Pour s'établir durablement sur le marché, il faut prendre au sérieux les demandes des clients, leur proposer des produits adaptés à leurs besoins et offrir un service de premier ordre.

La coopération entre l'Union professionnelle suisse de l'automobile (UPSA) et Allianz Suisse Société d'Assurances s'intensifie. Vos clients et vous-même, en tant que garagiste bien ancré au niveau régional, bénéficiez dès lors d'une véritable valeur ajoutée, car des prestations d'assurance adéquates sont proposées dans un lieu approprié et proche de la clientèle: chez vous, notre partenaire tuttobene.

QU'EST-CE QUE TUTTOBENE ET DE QUELLE VALEUR AJOUTÉE BÉNÉFICIENT VOS CLIENTS ET VOUS-MÊME?

tuttobene n'est pas une assurance auto quelconque, mais la propre assurance des garagistes UPSA. Vous êtes l'interlocuteur personnel de vos clients en la matière et entretenez un contact régulier avec eux. En complément idéal de vos activités habituelles (changement de pneus, entretien et inspections), vous pouvez, en tant qu'intermédiaire tuttobene, leur soumettre des offres d'assurance auto. Grâce à cette relation privilégiée, vous demeurez également le seul interlocuteur de vos clients en cas de sinistre: le garagiste tuttobene chargé des sinistres tuttobene.

QUELQUES AVANTAGES EN BREF

Vos clients tuttobene bénéficient d'une franchise réduite de CHF 500.– pour une casco complète, voire de la suppression totale de la franchise pour une casco partielle. Mais ils peuvent aussi et surtout faire confiance au suivi et à la qualité de réparation de votre garage.

En tant que partenaire tuttobene, vous êtes récompensé de différentes façons pour l'intermédiation des clients: en cas de sinistre, nous dirigeons activement les clients vers votre garage. Vous obtenez ainsi non seulement des mandats de réparation supplémentaires, mais conservez également le contact avec la clientèle. De plus, vous percevez une commission intéressante à la conclusion d'un contrat.

NOS CONSEILLERS RÉPONDENT VOLONTIERS À VOS QUESTIONS:



Alain Stebler

Tél. 058 358 30 79, alain.stebler@allianz.ch
(cantons VS/VD/GE/FR/NE/JU)

Urs Schmutz

Tél. 058 358 30 86, urs.schmutz@allianz.ch
(cantons BE/SO/BS/BL/LU/AG)

Mauro Perenzin

Tél. 058 358 30 85, mauro.perenzin@allianz.ch
(cantons SH/ZH/ZG/SZ/NW/OW/UR/GL)

Valentino Maccariello

Tél. 058 385 30 75, valentino.maccariello@allianz.ch
(cantons TG/SG/AR/AI/GR/TI)

tuttobene
powered by agvs | UPSA

N'hésitez pas et
enregistrez-vous dès maintenant:
www.agvs-upsa.ch/fr/tuttobene

Allianz

Ronal

ronal-wheels.com

> Nouveau look pour ronal-wheels.com

pd. Le groupe suisse Ronal, un des premiers producteurs mondiaux de jantes en alliage léger pour les voitures et les véhicules utilitaires, possède un tout nouveau site web dans le domaine des pièces de rechange: www.ronal-wheels.com.

La plate-forme est moderne, facile à utiliser et peut égale-

ment être consultée sur des appareils mobiles. Le groupe Ronal est un fournisseur important de jantes de première monte pour les constructeurs automobiles, mais il fabrique aussi, sous les marques Ronal et Speedline Corse, ses propres jantes de voitures pour le marché des accessoires.

Un site encore plus intuitif

La nouvelle mouture du site web de l'entreprise permet aux utilisateurs de s'y retrouver de manière encore plus intuitive. Dans le showroom, ceux-ci peuvent observer toutes les jantes Ronal et Speedline Corse sous plusieurs angles, glaner des informations complémentaires ou trouver des revendeurs. Le configurateur virtuel de jantes 3D a également été revu: il est encore plus rapide et plus fourni qu'auparavant, puisqu'il compte plus de 450 véhicules de tous les constructeurs. Il est étoffé en permanence.

Espace dédié aux revendeurs

Pour tenir compte des besoins spécifiques de ses partenaires commerciaux,

Ronal a intégré à son site une zone revendeur: celle-ci permet d'accéder à la boutique en ligne, donne les « dernières nouvelles des revendeurs » et offre un guide technique complètement revisité (auparavant: i-Portal) pour conseiller au mieux les clients. Le nouveau système de gestion des données permet de faire une recherche rapide en fonction des données du véhicule, du numéro KBA, du HSN/TSN (Allemagne), du numéro de référence (Suisse) ou du numéro de jante. On peut également y télécharger des certificats, des homologations générales et des images des produits. De plus, on y trouve des informations sur l'intégrabilité des TPMS, la taille des pneus, les chaînes à neige homologuées et bien d'autres choses encore. <

CSS Assurance

css.ch

> Système immunitaire: quel rôle joue le stress chronique?

pd. Notre corps réagit au stress. Si cet état de tension se prolonge, notre système immunitaire s'en trouve affaibli. Mais pourquoi tombons-nous justement malades quand nous avons congé? Lors de situations stressantes, notre corps secrète des hormones. Ce mécanisme nous permet de réagir de manière adéquate à certaines situations. Jadis, ce processus assurait la survie des espèces, par exemple pour fuir face à un animal sauvage ou même s'il fallait le combattre, le tout grâce à une augmentation de la sécrétion d'adrénaline. Tous ces signes montrent que le corps a sécrété normalement de l'adrénaline. Le cortisol est également une hormone du stress.

Pourquoi avons-nous besoin de nous détendre?

Si le stress est chronique

toutefois, nous ne nous détendons presque plus et sommes crispés au fil des jours, des semaines, voire des mois. En conséquence, les réactions physiques mentionnées, telles que l'accélération du pouls et de la respiration, s'affaiblissent ou disparaissent même complètement. A la place, nous souffrons de divers autres maux comme la dépression, l'acouphène, les contractures musculaires ou l'affaiblissement du système immunitaire. En effet, le cortisol affaiblit le système immunitaire à long terme. De ce fait, les agents pathogènes affectent plus facilement l'organisme.

Pourquoi tombons-nous malades pendant les vacances?

Paradoxalement, le cortisol, l'hormone du stress, a pour effet que notre corps « retarde » la lutte contre les infections (ce



« Votre balle anti-stress perd de l'eau. » – « Normal, c'est une mandarine. »

qui se traduit par de la fièvre ou des inflammations). Ainsi, on couve une grippe, qui typiquement se déclenche pendant les vacances ou le week-end, au moment où l'on peut enfin se relaxer.

Conseils pour gérer son stress:

Commencez par employer des moyens simples afin d'apaiser les symptômes du stress. Voici quelques conseils:

- Faire des exercices physiques régulièrement.

- Manger sainement et de façon variée.
- Entretenir des contacts sociaux en dehors du travail.
- Apprécier les petits plaisirs du quotidien.
- Dormir suffisamment.
- Faire de petites pauses de temps à autre.
- Pratiquer régulièrement une méthode de détente (relaxation musculaire progressive, yoga, méditation, exercices de respiration, voyage imaginaire). <

Mewa Service AG

www.mewa.ch

> La lavette réutilisable : d'excellentes performances dans un format compact

pd. L'inspiration tournée vers le client fait toujours mouch. À l'instar de la lavette réutilisable Mewa. La success story a commencé en 1908 à Ostritz-Altstadt, en Saxe. La nouveauté à l'époque : l'entreprise fabriquait non seulement des lavettes en coton absorbant pour l'industrie, mais elle les louait, les lavait et les livrait à nouveau aux clients. Le marché est conquis ; la lavette était née.

Les lavettes réutilisables sont toutefois encore à la mode à l'ère du high tech. Aujourd'hui, Mewa propose la lavette améliorée en quatre qualités de tissu, adaptée à sa finalité dans l'industrie, l'artisanat et les ateliers. Mewatex est ainsi la lavette polyvalente robuste pour l'huile, les solvants et la graisse. Mewatex Plus est

la lavette douce pour les surfaces délicates, Mewatex Ultra la lavette fine pour tout ce qui est sensible, et Protex la lavette haut de gamme qui répond aux exigences les plus strictes.

Les lavettes propres sont livrées dans le Mewa-Conteneur « SaCon » parfaitement fermé, et les lavettes sales sont renvoyées à la blanchisserie interne après usage pour être lavées.

Enfin, chaque lavette subit un contrôle qualité en plusieurs étapes assuré visuellement, par des détecteurs de métaux et par une pesée avant l'emballage dans le Mewa-« SaCon ». Les lavettes sont alors prêtes pour l'expédition. Tous les ans, Mewa lave environ 980 millions de lavettes avant de les livrer à nouveau aux clients. En Europe,

2,6 millions de personnes utilisent les lavettes Mewa tous les jours. Des critères écologiques d'après la norme de gestion environnementale ISO 14001 sont pris en compte.

Les impacts qui en résultent sur les processus de production et de qualité entraînent un gain systémique, qui profite tant

à l'entreprise qu'à la nature. Parmi les autres avantages pratiques du système de lavettes Mewa figurent une acquisition, un stockage et une logistique moins chronophages, mais surtout une réelle transparence des coûts et aucune immobilisation de capital. <



La lavette Mewatex est résistante, extrêmement robuste, élimine les salissures, telles que de l'huile ou la graisse, et absorbe les copeaux.

Akzo Nobel Coatings GmbH

www.akzonobel.com/de

> Maîtriser le pouls de l'activité avec CarbeatTM d'AkzoNobel

Une connexion Internet permet d'accéder à CarbeatTM de n'importe où dans l'entreprise. En cas d'accès externe, CarbeatTM est protégé par un mot de passe.

pd. Des processus efficaces constituent la pièce maîtresse d'une entreprise spécialisée dans les réparations de voitures accidentées rentable. CarbeatTM est la nouvelle solution numérique d'AkzoNobel permettant de rendre les processus de l'atelier visible pour tous, pilotables et plus efficaces grâce à une communication claire.

Le système numérique basé sur le cloud représente l'état de réparation des véhicules dans l'atelier sur un grand écran tactile. Les applications sur l'écran peuvent être déplacées et commandées avec les doigts comme sur un smartphone ou une tablette. Le système est ainsi rapide et intuitif et offre un aperçu complet des travaux

en cours. Comme le système recense l'état de réparation du véhicule de A à Z et le représente visuellement, le potentiel d'amélioration est visible de manière plus rapide et simple. Cette approche permet de renforcer la qualité du travail et de mieux relever les durées et les processus et de les planifier plus efficacement. Le système permet aux collaborateurs de tous les services de l'établissement de s'occuper des activités quotidiennes par plus d'initiative personnelle et donc de manière plus engagée, ce qui conduit à des processus plus efficaces et à des temps de traitement plus courts.

CarbeatTM allie toutes les données nécessaires et crée ainsi un processus de travail compréhensible et simple, composé d'informations sur les véhicules, d'activités

individuelles, des pièces et des matériaux requis. Grâce à une connexion Internet, le système est également accessible de manière sécurisée de l'extérieur de l'atelier ainsi qu'au bureau, à l'accueil ou à l'atelier de peinture. Un aperçu en temps réel des réparations est disponible de n'importe où.

Les clients se font une meilleure idée des travaux et contrôlent bien mieux tous les processus grâce à la commandabilité directe. L'installation et l'utilisation de CarbeatTM ne nécessitent ni configuration sophistiquée ni expertise. Le système est facile d'utilisation et adaptable individuellement, ce qui en fait un outil efficace de coordination des processus. <

NGK Spark Plug Europe

www.ngk.de

> Cinq nouvelles bobines d'allumage dans la gamme

pd. NGK Spark Plug Europe a intégré cinq nouvelles bobines d'allumage à sa gamme de deuxième monte pour des modèles actuels de véhicules Peugeot-Citroën, General Motors, Range Rover et Ford.

Les nouveaux types constituent notamment un substitut idéal pour les pièces d'origine de la Peugeot 5008, de la Citroën C4 Cactus ainsi que des modèles Opel Adam et Astra, Range Rover Evoque et Ford Focus RS. Avec l'élargissement de sa gamme, NGK Spark Plug Europe augmente considérablement la

couverture de véhicules PSA et GM en particulier. Lors de la sélection des cinq nouveaux types, le spécialiste de l'allumage et des capteurs s'est concentré sur les modèles récents de grande série des principales marques automobiles. Toutes les bobines d'allumage disponibles désormais pour le commerce et les ateliers sont des bobines d'allumage à coupelle sans exception.

Quatre d'entre elles conviennent pour des modèles de voitures lancées au cours des quatre dernières années. Les cinq nouvelles bobines d'allu-

mage ainsi que leurs applications automobiles sont présentées dans le catalogue TecDoc

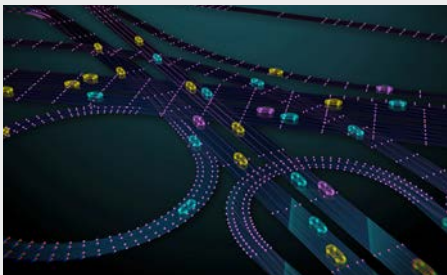
Online. Elles sont également recensées sur le DVD TecDoc, qui paraîtra le 1^{er} janvier 2018. <



NGK Spark Plug Europe présente cinq nouvelles bobines d'allumage et augmente sa couverture de véhicules PSA et GM.

APERÇU D'AUTOINSIDE 2 – FÉVRIER 2018

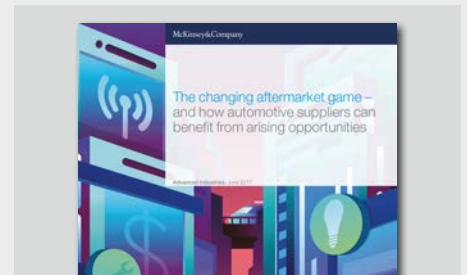
Le prochain numéro paraîtra le 2 février 2018 et sera consacré aux thèmes suivants :

**Opportunités et risques**

Quel est l'avenir professionnel du garagiste ? Comment relever les défis de l'avenir de la branche automobile ? Qu'en est-il des concurrents ? Nous portons un regard rétrospectif sur la Journée des garagistes suisses 2018 et sur ses principales conclusions.

**Complément d'activité : carrosserie**

La neige et la glace causent souvent de petits et grands dégâts de carrosserie. Dans l'édition de février d'AUTOINSIDE, nous expliquons pourquoi les petits dégâts pourraient constituer un complément d'activité lucratif et un instrument de fidélisation de la clientèle.

**Après-vente : conseils d'avenir**

L'étude « Le numérique dans l'après-vente » fournit non seulement un aperçu des évolutions et des tendances dans l'environnement en bouleversement rapide des affaires supplémentaires, mais elle recèle également des conseils et des outils précieux pour le quotidien au garage.

**AUTO
INSIDE****Le magazine spécialisé au plus fort tirage de la branche automobile suisse**91^e année, 11 numéros en allemand et en français

Tirage septembre 2017 certifié REMP: 12289 exemplaires dont 9172 en allemand et 3117 en français

Éditeur

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

Éditions

AUTOINSIDE
Wölflistrasse 5, case postale 64
CH-3000 Berne 22
Téléphone: +41 (0)31 307 15 15
verlag@agvs-upsa.ch, www.autoinside.ch

Administration et gestion des abonnements

Abonnement annuel
CHF 110.- (TVA incluse)
Numéro à l'unité
CHF 11.- (TVA incluse)
Contact: Alain Kyd
Téléphone: +41 (0)31 307 15 15
alain.kyd@agvs-upsa.ch, www.agvs-upsa.ch

S'abonner maintenant !
www.agvs-upsa.ch/fr/abo

Rédaction

Supports médiatiques de l'UPSA
Flurstrasse 50, CH-8048 Zurich
Téléphone: +41 (0) 43 499 19 81
newsdesk@agvs-upsa.ch

Rédaction: Tatjana Kistler (tki, rédactrice mobilité en chef), Sandro Compagno (sco, responsable Gestion du contenu), Reinhard Kronenberg (kro, responsable Journalisme), Sascha Rhyner (srh, rédacteur mobilité), Jean-Pierre Pasche (jpp, correspondant Suisse romande), Bruno Sinzig (si, domaine spécial Formation), Raoul Studer (rst, domaine spécial Politique)

Autres articles de: Karl Baumann, Andreas Kohli, Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf, Sarah Umbricht.

Conception: Robert Knopf, Christoph Pfister

Commercialisation

Supports médiatiques de l'UPSA
Flurstrasse 50, CH-8048 Zurich
Contact: Erich Schlup, Key Account Manager
Téléphone: +41 (0) 43 499 19 83
Portable: +41 (0) 79 256 29 23
vermarktung@agvs-upsa.ch

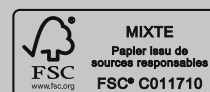
Responsabilité générale

Rédaction et commercialisation
Georg Gasser
Supports médiatiques de l'UPSA
Flurstrasse 50, CH-8048 Zurich
Téléphone: +41 (0)43 499 19 99
ggasser@agvs-upsa.ch

Impression/envoi

galledia AG
Burgauerstrasse 50, CH-9230 Flawil
www.galledia.ch
Contact: Michael Rottmeier
Téléphone: +41 (0)58 344 74 44
michael.rottmeier@galledia.ch

Réimpression ou reproduction d'articles, même partielle, uniquement avec l'accord des médias de l'UPSA. Nous déclinons toute responsabilité pour les manuscrits et les photos envoyés spontanément. L'administrateur des pages auxquelles renvoient les liens est seul responsable de leur contenu.



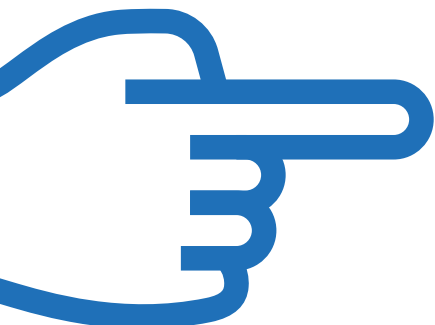
imprimé en
suisse



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



Le programme de formation 2018 est disponible



Réservez une formation maintenant!

- Toutes les formations proposées figurent sur le site www.autotechnik.ch/training
- Pour les partenaires Autofit, les formations sont gratuites, les partenaires Autopro peuvent faire payer le cours avec leur Bonus savoir-faire
- Début de cours à partir de janvier 2018

Inscription en ligne
www.autotechnik.ch/training

Avantages:

- Disponibilité visible immédiatement
- Simple, rapide, inscription possible à tout moment
- Confirmation immédiatement après l'inscription

Hostettler Autotechnik AG

Telefon 041 926 62 35

Téléphone 021 644 21 64

E-Mail info@autotechnik.ch

hostettler *autotechnik ag*