

## L'offensive VO et APV !




**SEMAINE DU PNEU**  
**1 PNEU ACHETÉ = le 2<sup>e</sup> à 50%**  
**POSE REMBOURSÉE\***  
(EN BONS D'ACHAT)



**MON GARAGE PEUGEOT.FR**




**APRÈS-VENTE :  
LE GAAP LANCE SES OPÉRATIONS  
COMMERCIALES**

**Régions :**  
**«Les GAAP Messenger  
seront à l'oeuvre en 2020»**

*en page 4*

MICHELIN  
CrossClimate<sup>SUV</sup>



**EN TOUTE SÉCURITÉ, NEUF COMME USÉ,  
DANS TOUTES LES CONDITIONS CLIMATIQUES. <sup>(1)</sup>**



**PERFORMANCES EXCELLENTES  
EN SÉCURITÉ, ÉTÉ COMME HIVER<sup>(2, 3, 4)</sup>**



**ARCHITECTURE DU PNEU RENFORCÉE  
POUR PLUS DE ROBUSTESSE,  
PERMETTANT UN USAGE  
MODÉRÉ SUR CHEMIN**



 (a) B-C  (b) B  (c) (d) 69-70 dB

**RECOMMANDÉ PAR**

**97% DES CONSOMMATEURS <sup>(5)</sup>**



**MICHELIN**



**Florence Gete,  
Présidente  
du Groupement.**

# Nous le faisons pour vous !

**N**ous le constatons chaque jour, les nouveaux parcours client nous invitent à ne pas manquer le train des évolutions vers le digital. Et cette règle est valable pour tous nos métiers, le VN, le VO et l'APV.

Je vous l'ai promis, je suis déterminée à ne pas laisser le commerce nous échapper. Comment ?

En mettant nous-mêmes en place les outils qui conviennent à nos clients.

C'est ce que nous apporte le site mon-garage-peugeot.fr, un seul lieu d'entrée à tous nos services. Pour la vente du VO, même si la tâche n'est pas facile, nous avons réfléchi à toutes les solutions de passerelles entre DMS, outils de gestion VO, vitrines de vente assorties de tarifs préférentiels pour les adhérents et nous travaillons à la création d'un portail de conseils pratiques pour vous aider à mettre en place une activité VO. Je reste persuadée que nous devons diversifier nos activités pour maintenir notre rentabilité à long terme. La Marque de son côté nous a entendus et a associé

son réseau d'Agents au nouveau Label VO du groupe PSA, Spoticar.

L'APV n'est pas en reste, nous avons mené une expérience avec quelques plaques PR en vue de créer des

opérations adaptées à la taille de nos entreprises. Expérience réussie ! Nous continuerons dans cette voie en élargissant notre champ d'actions.

Je souhaite que nous profitions de notre proximité avec les plaques pour créer progressivement un véritable partenariat gagnant-gagnant à l'échelle nationale.

Et si ce passage obligé vers le digital nous rappelle qu'en la matière le temps presse, il n'en demeure pas moins que le client apprécie toujours de se déplacer directement sur nos points de vente. A ce titre, la Marque a souhaité que l'ensemble du réseau passe à la nouvelle image intérieure.

J'ai demandé à être associée à la réflexion et à la mise en œuvre de la norme. Si le carrelage Moka est un préalable indiscutable, pour le reste nous avons œuvré pour que la norme soit adaptée au budget, à la taille et aux activités des RA non DVN. Etant entendu que les Agents qui auraient déjà réalisé des travaux selon les normes BLUE BOX AMBITION concession seront bien sûr validés.

N'hésitez donc pas à nous solliciter, je peux vous assurer que mes collègues bénévoles et moi-même faisons tout pour vous aider, pourvu que vous soyez nombreux derrière nous.

Je compte donc sur votre participation à notre évènement annuel, l'Assemblée Nationale qui se tiendra le 27 septembre à Lyon.

**LA PRÉSIDENTE  
FLORENCE GETE**

**Je reste persuadée  
que nous devons  
diversifier nos  
activités pour  
maintenir notre  
rentabilité à long  
terme.**

## S O M M A I R E

### 4 EN DIRECT DES RÉGIONS

### 5 DOSSIER:

- Le VO à la portée des Agents Peugeot

### 8 OPÉRATIONS COMMERCIALES APV

- Des offres raisonnées et raisonnables
- Les GAAP messenger à la manœuvre



Directeur de la Publication : Florence Gete // Rédaction : Laurence Dupriez // Réalisation : E-T-A-I // Impression : ID' Imprime // Nancy (54)

GAAP - Centre Excell - ZAC des Aulnaies - 959 rue de la Bergeresse - 45160 Olivet  
Tél. : 02 38 22 12 01 - e.mail : gaap@gaapfrance.com - www.gaapfrance.com





# « LES GAAP MESSENGER SERONT À L'ŒUVRE EN 2020 »



**La convention nationale des Agents Relais de l'automne dernier a donné naissance au GAAP Messenger. Le projet s'organise à présent sous la direction d'Eric Cheminat et de Céline Ringuedé.**

L'émancipation des Agents Peugeot vis à vis du constructeur et des concessionnaires se concrétise un peu plus chaque année. L'orientation impulsée par la direction du Groupement s'accompagnera sur le terrain d'une nouvelle organisation des Agents Relais. Véritable cheville ouvrière du GAAP, le programme est aujourd'hui repensé autour des GAAP Messenger. « Nous souhaitons retrouver et mobiliser des professionnels dédiés à la mission », explique Eric Cheminat, vice-président du GAAP, en charge du Pôle Adhérent. La future équipe sera renforcée par les participants impliqués précédemment dans le Tour de France du GAAP, et les volontaires (issus des Agents adhérents du Groupement) prêts à s'impliquer. Au plan national, les GAAP Messenger pourront s'appuyer sur le représentant du Groupement, à ses côtés Céline

Ringuedé, Première Déléguée DR Paris à Illiers-Combray (Eure-et-Loir). Ils seront relayés par les Premiers Délégués et un membre Référent des Bureaux régionaux, voués à être le moteur pour composer le maillage le plus fin possible des GAAP Messenger. « La mise en place du projet impose également une ligne directrice des actions, avec des supports de communication simples et des outils à disposition des équipes », avance encore Eric Cheminat.

### Fédérer et conquérir

Interlocuteurs des groupes de distribution et des plaques PR, les GAAP Messenger disposeront d'une formation pour s'initier à la négociation. Ils pourront compter aussi sur les Référents métiers en région et au plan national dans leurs actions. Pour les

responsables, les GAAP Messenger ne pourront pas être compétents sur tous les sujets. Ils seront avant tout un levier afin de fédérer les Agents, les informer et conquérir de nouveaux adhérents. Et retisser du lien au plus près des territoires. « Nous ressentons un délitement de la Marque envers son réseau », remarque Eric Cheminat. Structure, mission, outils, la démarche se veut à la fois transversale et horizontale. L'enjeu est aussi de faire remonter le ressenti des professionnels, de croiser les problématiques rencontrées, à même d'étayer les argumentations pour la défense du réseau et les projets du GAAP. Le projet est « d'importance ». Il constitue une brique supplémentaire dans le sillage du dispositif VO, des animations commerciales après-vente ou encore du site mon-garage-peugeot.fr portés par le Groupement.





# LE GAAP MET LE VO À LA PORTÉE DES AGENTS PEUGEOT

**Priorité du Groupement des Agents Automobiles Peugeot, le commerce du véhicule d'occasion ouvre de nouvelles opportunités aux Réparateurs Agréés.**

**Structurée autour de partenariats élargis, la démarche bénéficiera également d'une interface dédiée accessible au cours de l'année, depuis le site [www.gaapfrance.com](http://www.gaapfrance.com). Le tutoriel regroupera l'ensemble des services mis à la disposition des professionnels à chaque étape de l'activité VO.**

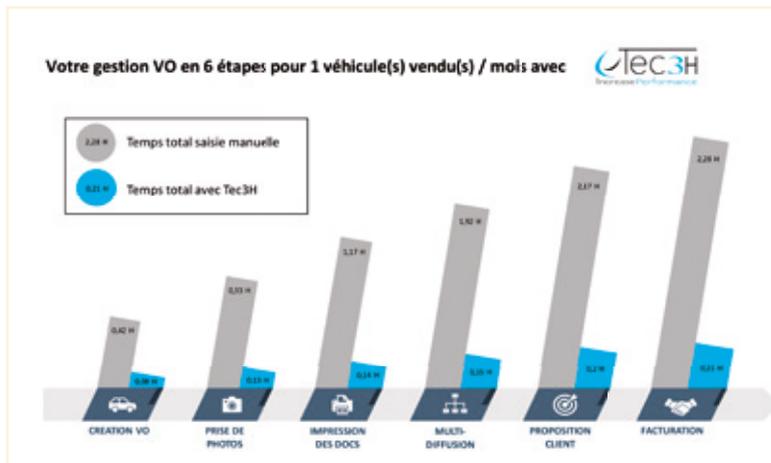
« Préparer aujourd'hui, notre activité de demain. » Sur fond de transition écologique et technologique, l'essor programmé des véhicules électriques et hybrides privera les ateliers d'une partie de leur chiffre d'affaires. Pour anticiper la baisse d'activité attendue, et ajuster le modèle économique des Réparateurs Agréés Peugeot, l'enjeu est d'élargir le commerce vers le VO. Le GAAP a fait du sujet sa priorité. « Le véhicule d'occasion donne l'opportunité de retrouver des marges », explique Didier Saive.

Quelle que soit la structure de l'Agent, l'enjeu est d'encadrer l'approche. Cela nécessite la mise en place de nouveaux partenariats (lire par ailleurs). L'implication des Agents Peugeot bénéficie également de l'essor de start-up qui assurent un service de transport grâce à des solutions de convoyage, à l'image de DriveMe.

## Une interface Internet dédiée

Afin d'accompagner les professionnels du Groupement dans le déploiement de leur activité VO, au-delà de la revente des VD, le Groupe de Travail du GAAP s'est mobilisé autour de la création d'une interface Internet. Accessible depuis le site [www.gaapfrance.com](http://www.gaapfrance.com), le programme regroupera l'ensemble des process qui rythment l'activité occasion. « Nous avons articulé le portail selon le parcours chronologique de l'acquisition d'un VO par un Agent », détaille Didier Saive.

Sourcing, chiffrage, financement, transport, préparation et diffusion, chaque étape est expliquée et détaillée. Véritable tutoriel, l'application s'accompagne de solutions de services étudiées par les équipes du GAAP. Des conditions négociées (auprès de Viaxel, d'Inter VO ou de MC Automobiles, ...), qui sont accessibles en



un clic par les adhérents. A titre d'exemple, la diffusion des annonces pourra s'appuyer sur Ubiflow et la gestion sur Tec3H. Des conseils ludiques et pratiques seront aussi accessibles. Ils concernent la préparation esthétique (en complément de la carrosserie et de la mécanique), pour définir l'angle des prises de vue, le nombre de photos... L'utilisation de cache-plaques et de bannières (auprès de Standard Forms) constitue également autant d'atouts pour mettre en valeur le véhicule. L'opération de marketing pourra se compléter d'une garantie VO grâce à l'appui de TLSA ou de Cirano. « Notre leitmotiv est de faire partager les bonnes pratiques, de s'appuyer sur l'expérience de professionnels expérimentés pour fournir un mode

d'emploi », indique le responsable.

Outre l'accès à des fiches tarifaires pré-formatées ou à des bons de commande, les obligations réglementaires sont ainsi précisées. Un rappel ? Un VO exposé doit disposer d'un contrôle technique à jour !

## Lever les freins

Dans son enquête réalisée l'an dernier, le GAAP avait identifié les principaux freins au développement du commerce de VO par les Agents agréés. Le manque de temps et l'absence de savoir-faire sont apparus parmi les premiers éléments avancés par les sondés. Pour autant, la mise à disposition d'outils constituait un élément déclencheur pour déployer l'activité. Car au-delà de la vente d'un véhicule, le VO permet de fidéliser la clientèle, d'alimenter les ateliers, de générer des marges additionnelles... Et de compenser une baisse d'activité saisonnière.

La stratégie portée par le GAAP bénéficie de l'implication des GAAP Messenger. « Ils seront les ambassadeurs du Groupement pour sensibiliser les adhérents à la création et au développement de l'activité VO », indique Didier Saive.

Les Agents du GAAP ont une vraie carte à jouer, selon le responsable du Groupement. En tant qu'investisseurs, ils doivent saisir les relais de croissance à même de développer la rentabilité de leurs affaires. « Nous mettons à leur disposition les outils pour faciliter leur développement, leur mettre le pied à l'étrier, quelle que soit la taille de leur structure. » Des professionnels qui bénéficient de la dynamique insufflée par le GAAP, et de la notoriété digitale de [mongaragepeugeot.fr](http://mongaragepeugeot.fr) pour transformer l'essai !



## LE GROUPEMENT PROPOSE UNE SOLUTION AUX ADHÉRENTS POUR LA GESTION DE LEURS VO

Destiné à faciliter la saisie et le respect des normes entourant la vente de véhicules d'occasion, Tec3H accompagne les Agents Peugeot dans le développement de leur activité VO. De l'affichage à la multidiffusion des annonces, en passant par l'édition du bon de commande, chaque étape est parfaitement identifiée. Comparé à une saisie manuelle pour la gestion complète d'un VO estimée à 2h, le logiciel revendique un délai de mise en œuvre limité à 15 minutes. Le programme est disponible sous la forme d'un abonnement mensuel à tarif privilégié pour les adhérents du GAAP (avec un engagement de 24 à 36 mois), sans limite de volume de VO. Une souscription ouverte qui permet de référencer jusqu'à trois utilisateurs.

Le loyer inclut également un service de formation et d'assistance téléphonique illimité, ainsi que des mises à jour mensuelles.

Grâce à une solution de partage des stocks, le programme propose 4 000 modèles en vente à prix marchand, et revendique 650 utilisateurs. En pratique, un Agent Peugeot peut effectuer une proposition commerciale sur un véhicule dont il ne disposerait pas dans son parc. Si les stocks sont répertoriés par marque, le logiciel donne accès à tous les modèles, quel que soit le constructeur. Il présente également l'avantage de disposer de son propre système de cotation valeur marché des véhicules.

# ubiflow

## LE GAAP MET DE LA QUALITE DANS LA MULTIDIFFUSION DES ANNONCES VO

Le rôle d'Ubiflow est de collecter les VO des Adhérents du GAAP pour les diffuser vers les principaux carrefours d'audience, sans la moindre erreur à un prix préférentiel. C'était la volonté du GAAP à l'arrêt de reseauoccasions. « *L'objectif est de positionner les annonces le plus vite possible sur les différents portails, avec la meilleure qualité d'information. L'enjeu est de maximiser les retours pour accélérer les taux de rotation* », résume son directeur général, Marc Binda.

L'opérateur se positionne à la frontière entre les infomédiaires comme Le bon coin, la Centrale, ... (avec lesquels le GAAP dispose d'accords spécifiques) ou encore Facebook Marketplace, et les logiciels de CRM ou de DMS. Au cœur des passerelles, mon-garage-peugeot.fr figure naturellement en bonne place ! Pour le responsable, l'objectif des interfaces est de simplifier les démarches des Agents Peugeot grâce à l'automatisation de la publication des annonces, tout en assurant un référencement optimal et donc une parfaite visibilité. Comparé à une saisie manuelle des annonces et leur mise à jour, le gain de temps est estimé à 5 heures par semaine...

Disponible sous la forme d'un abonnement mensuel (de 12 à 24 mois), la solution clef en mains est 100% digitale. Elle est accessible à tarifs préférentiels pour les adhérents du GAAP (avec la prise en charge des frais de mise en service) qui disposent d'un volume d'annonces de 20 à 50 VO par mois. Les professionnels bénéficient également d'une assistance téléphonique ou mail. Pour Marc Binda, le savoir-faire technique dans la collecte des données et de diffusion, n'est rien sans un accompagnement. « *Nous sommes attentifs à la qualité du service client, souligne le dirigeant. Quelle que soit l'origine du problème rencontré -technique, d'utilisation ou de récupération des données- nous apportons une réponse* ». L'avantage pour les souscripteurs est de disposer d'un interlocuteur unique et neutre.

« *La difficulté pour un Agent qui a des volumes de VO parfois limités, est d'accéder à des portails d'annonces qui ne proposent pas toujours de solution adaptée, explique Emilie Quérou. Le packaging développé par Ubiflow en lien avec le GAAP met la multidiffusion des annonces en ligne à la portée des Agents Peugeot.* » La démarche est stratégique, à l'heure où 90% des acheteurs de VO consultent les annonces en ligne dans leur parcours d'achat.



## LE GAAP ET CIRANO UN PARTENARIAT TOUJOURS PLUS INNOVANT



- ✓ Dommages
- ✓ Responsabilité Civile
- ✓ Garantie Financière
- ✓ Flotte Automobile

Et bien sûr, pour vous adhérents du GAAP, notre offre

**Garanties  
Pannes  
Mécaniques**

➤ Master

➤ Confort

➤ Accés



**Notre catalogue cadeaux  
n'attend que vous !!**

(chaque souscription de garantie vous permet de gagner des points et de les transformer en cadeaux)

**SEMAINE DU PNEU**

**1 PNEU ACHETÉ = le 2<sup>e</sup> à 50%**  
POSE REMBOURSÉE\*  
(EN BONS D'ACHAT)

MON GARAGE  
**PEUGEOT.FR**

PEUGEOT

## LE GAAP LANCE SES OPÉRATIONS COMMERCIALES APRÈS-VENTE !

**Développées à l'initiative du GAAP, les opérations marketing menées conjointement avec les plaques de distribution PR se déploient. Réservée aux adhérents du Groupement, la démarche est inédite. Elle repose sur des campagnes après-vente attractives en points de vente, tout en préservant les marges des professionnels. A la clef : valoriser l'expertise du réseau et renforcer la fidélisation.**

Le GAAP passe à l'offensive sur l'après-vente ! « Le premier constat qui a guidé nos réflexions, est le manque d'attractivité des offres d'animations nationales », explique Karim Hamadache. Le responsable après-vente du Groupement souligne le besoin d'innovation qu'attend le réseau en la matière. « Depuis une dizaine d'années, nous sommes sur des campagnes redondantes autour des bilans été et hiver, du freinage, des vidanges..., nous devons nous renouveler ! »

Outre un enjeu de modernisation des programmes, l'objectif des campagnes du GAAP est bien d'insuffler un vent de dynamisme à travers des offres inédites créées en association avec les représentants des plaques de distribution PR. Le postulat a été de partir du terrain, et d'un benchmark des opérations commerciales locales. L'analyse repose sur l'expertise de la commission marketing du Groupement des Agents Automobiles Peugeot. « L'objectif est de définir l'approche la plus pertinente, et de sortir d'une stratégie verticale », détaille encore le responsable.

### Des offres raisonnées et raisonnables

La démarche a été testée, cet hiver, à l'occasion du mois de la batterie mené dans le Sud-Est. La 2<sup>e</sup> opération a concerné les pneus. Elle s'est associée à une stratégie digitale afin de créer des leads vers les Agents grâce à une campagne Adwords. L'animation a été également relayée par les commerciaux des plaques PR. Associée à un kit de PLV et à la valorisation de l'expertise du réseau au travers d'un clip vidéo\*, la communication est, en effet, essentielle au succès de l'opération.

A titre d'exemple, le mois de la batterie s'est concrétisé par des ventes en progression de 15% du côté des participants les plus impliqués. Les pneumatiques se sont affichés en croissance de près de 20%.

« La prochaine étape est de continuer à professionnaliser notre approche marketing qui repose déjà sur mon-garage-peugeot.fr, premier relais en ligne de l'opération », indique Karim Hamadache.

Les Agents doivent saisir cette opportunité pour développer leur sens du commerce. « Nous ne pouvons pas nous limiter à répondre aux demandes des clients », poursuit ce dernier. La réflexion conduit à réaliser un véritable état des lieux des véhicules à chaque entrée en atelier. La démarche alimentera les ventes additionnelles, et nourrira une démarche d'entretien prédictif. « Si nous n'avons pas ce réflexe, les clients effectueront ces prestations complémentaires, mais nous prenons le risque qu'elles soient réalisées hors de nos ateliers. »

Sous l'impulsion du GAAP, les Agents Peugeot doivent sortir d'une stratégie de comptoir pour devenir des prescripteurs en qualité d'interventions. « Notre ambition est de mettre en avant nos savoir-faire, nos compétences. Nous devons regagner notre image de véritable professionnel de l'automobile, en accompagnant nos clients vers des offres raisonnées et raisonnables d'entretien. Notre rôle est là ! », insiste le responsable.

### Les GAAP Messenger à la manœuvre

Si un tiers du réseau concerné a déjà adhéré à la démarche, l'objectif des prochaines opérations commerciales est de fédérer l'ensemble des membres du GAAP. « Nous devons parler d'une seule voix en même temps, pour être le plus audible possible. »

Au cœur de la stratégie, les nouveaux GAAP Messenger veillent à déployer les campagnes commerciales. Ils sont la clef du succès et un maillon indispensable à la mise en place du programme, en liens avec les vendeurs itinérants des plaques. Ces derniers se révèlent particulièrement impliqués. « Ils ont besoin de notre retour du terrain

pour animer de manière encore plus efficace le réseau après-vente, et développer les ventes de pièces », souligne Karim Hamadache.

L'initiative ouvre la voie au développement de l'activité entre les Agents Peugeot et leur plaque PR référente. D'autant que les liens avec les plateformes sont bien perçus comme le souligne le dernier baromètre du GAAP. « Nous pouvons désormais passer dans une relation commerciale pour aller chercher du chiffre d'affaires supplémentaire. En ce qui concerne l'organisation, la logistique, la formation : nous devons travailler ensemble. » Pour tous, le programme constitue un levier d'activité complémentaire à saisir.

### Varier les promotions

In fine, l'ambition est de mettre en place un calendrier d'animations de manière à rythmer l'année à intervalles réguliers. Les opérations commerciales alterneront les catégories de produits pour assurer une parfaite visibilité, et joueront la carte de l'expertise du réseau mais aussi des remises, des chèques fidélités, des cadeaux, ... sources de fidélisation.

Car les clients deviennent « volages », notamment sur des « petites » opérations d'entretien. Culturellement, la démarche résonne comme une révolution pour des Agents Peugeot convaincus de la fidélité sans faille de

leur clientèle.

« Nous souhaitons montrer que nous sommes proactifs, attentifs aux clients, et en mesure de déployer des offres après-vente régulières, variées adaptées à leurs besoins. » La première opération s'est traduite par la participation de 75 professionnels accompagnés de quatre plaques PR du Sud-Est. La seconde a mobilisé 11 plaques et une centaine d'adhérents. La montée en puissance se confirme. Elle est primordiale à la réussite de l'initiative.

\* réalisé par Loïc Jud du Garage LOEFFEL à Ingwiller (67340) voir page de couverture, Référent GAAP de la Plaque EST PR à Obernai



**SEMAINE DU PNEU**

**1 PNEU ACHETÉ = le 2<sup>e</sup> à 50%**

**POSE REMBOURSÉE<sup>®</sup>**  
(EN BONS D'ACHAT)

**MON GARAGE PEUGEOT<sup>FR</sup>**



### Questions à...

#### Pierre Barbeau, responsable commercial plaque OPARIO (Châteauneuf-du-Rhône)

##### Qu'en attendez-vous ?

Au terme des deux premières opérations, l'objectif est de mettre en évidence les bienfaits de la stratégie, et les résultats positifs enregistrés dans les points de vente. L'enjeu est de fédérer un maximum d'Agents Peugeot membres du Groupement. Le programme d'animation mis en place offre l'opportunité de faire avancer les professionnels, et d'animer les affaires.

##### Quelle place occupe les plaques PR Distrigo dans l'action ?

Nous sommes engagés dans un vrai partenariat gagnant ! Les échanges avec le GAAP s'avèrent constructifs. Nous participons au montage de l'animation, à la logistique, au financement... Car les pièces de rechange n'ont pas vocation à être stockées sur des étagères. Elles imposent une rotation qui suppose d'augmenter les ventes des Agents. L'approche commerciale devient proactive et dynamique. Notre métier a évolué.

Nos commerciaux ont une vraie valeur ajoutée à apporter aux réparateurs, en les accompagnant pour développer leur activité vente de PR à travers des opérations spécifiques, des campagnes SMS...

##### Précisément, l'initiative du GAAP conduit-elle à repenser le rôle des distributeurs de pièces ?

Au-delà de l'aspect commercial, la démarche renforce les liens avec les Agents Peugeot. Nous devenons des acteurs à part entière des points de vente grâce à des kits PLV par exemple, à la réalisation de devis pour mettre en place des campagnes de promotion, de communication... Dans le cadre du plan d'action après-vente du GAAP, nous accompagnons le Groupement à fédérer les Agents Peugeot pour accroître le taux de participation. Car sans animation, les affaires meurent. La campagne après-vente permet d'animer les points de vente, de communiquer et de générer une image dynamique.

##### Quelle analyse faites-vous des campagnes commerciales après-vente initiées par le GAAP ?

La prise de conscience des Agents Peugeot face au besoin d'animer leur point de vente constitue un élément important. La mobilisation des professionnels pour mettre en place une réponse adaptée au réseau, apparaît aussi essentielle. Leur présence sur le terrain permet d'appréhender au mieux les besoins. Elle donne l'occasion de proposer des animations commerciales après-vente performantes. La démarche complète les opérations nationales du constructeur. Nous veillons à ce qu'elles ne fassent pas doublon.



# Un spécialiste à votre écoute

Depuis 1977, le cabinet CAT assure les professionnels de la réparation et de la vente automobile. Notre contrat d'assurance multirisque a été conçu spécialement pour votre métier. Il est le fruit d'une négociation sur mesure avec de grandes compagnies d'assurance.

**N'hésitez pas à nous contacter !**



16, rue Médéric 75017 Paris  
Tél. : 0156 2127 00  
Fax. : 0156 2127 07

Mail : [catassurances@wanadoo.fr](mailto:catassurances@wanadoo.fr)

[www.catassurances.com](http://www.catassurances.com)



## Premiers Délégués

DR de Rennes  
**Marie BOUE**  
02 40 54 97 67

DR de Metz  
**Jerome LANG**  
03 87 86 07 25

DR de Toulouse  
**Eric BARBIN**  
05 56 96 80 26

DR de Paris  
**Céline RINGUEDE**  
02 37 24 28 01

DR de Lyon  
**Sylvain GRANDJEAN**  
04 78 31 40 59

## Dépt. 19 - RA PEUGEOT

Agent AA3 - Certifié ODAS  
Dépannage-remorquage  
Vend cause préparation retraite  
Bâtiment neuf / Blue Box  
Emplacement bordure nationale, proche sortie autoroute  
Surface totale 3700 m<sup>2</sup> entièrement clôturée  
Atelier + stockage + vestiaire + local technique : 460 m<sup>2</sup>  
Accueil + hall expo + bureaux (vendeur VN VO + compta) : 180 m<sup>2</sup>  
1 R.T - 3 Mécaniciens-Dépanneurs  
1 Secrétaire APV et standardiste - 1 Responsable administratif et comptabilité  
C.A. 1 100 000 €  
Activité VO à développer  
Accompagnement possible du futur acquéreur  
Tel : 06 08 35 07 14

## Dépt. 29 - RA PEUGEOT

Agent AA3 vend garage mécanique/carrosserie  
3 compagnons +secrétaire+ gérants  
Bonne rentabilité / Secteur en développement  
Vente VN / VO  
25 kms de Brest  
Parc clôturé / proche centre-ville/ bel emplacement entrée Agglomération  
Surface totale terrain 4000m<sup>2</sup>  
Ateliers 650 M<sup>2</sup> / bureau 25M<sup>2</sup> / hall 60 M<sup>2</sup>  
Le reste en accès et parking  
Fds Cce 250.000 € + possibilité achat murs 380.000 ou loyer mensuel 2400 €  
Tel : 06 65 38 77 77

## Dépt. 38 - RA PEUGEOT

Implanté dans le Vercors, au centre du village.  
Vend Fonds - cause retraite  
Structure de 400 M<sup>2</sup>  
1 mécanicien - 1 carrossier - 1 administratif  
Agent AA3  
CA 450000 € - Possibilité de logement  
- Location des murs  
Tel : 04 76 95 12 69 ou 06 30 63 71 71

## Dépt. 44 - RA PEUGEOT

Périphérie NANTES Sud/Est  
Vend garage mécanique cause retraite  
- Installé depuis 1989  
Après-vente, ventes VN et VO  
Très bon emplacement  
Superficie terrain : 2100 m<sup>2</sup>  
Atelier + hall + bureaux : 554 M<sup>2</sup>  
Etage : Magasin PR + Bureaux + Vestiaire : 90 M<sup>2</sup>  
6 salariés + Gérant (2 RT, 2 mécaniciens,

1 secrétaire, 1 responsable Administratif et comptabilité)  
CA au 30.09.2017 : 1 096 810 € €  
Parts sociales : 350000 € - Murs : 550000 € €  
Tel : 06 14 25 89 31 ou 06 24 70 15 77

## Dépt. 60 - RA PEUGEOT

Vend fonds cause retraite  
Mécanique / carrosserie / peinture  
CA 458.000 € €  
1 mécanicien + 1 carrossier peintre + couple gérant  
Fds cce : 160.000 € €  
Possibilité vente murs + habitation spacieuse de 220m<sup>2</sup> entièrement rénovée  
Tel : 06 80 24 12 35

## Dépt. 63 - RA PEUGEOT

Agglomération sud CLERMONT FD.  
Proche A75.  
Réparateur agréé en agence Blue Box de 500 M<sup>2</sup>  
Sur terrain 2100 M<sup>2</sup> clos  
Activités : Mécanique + VN + VO  
Possibilité développement  
CA 2017 : 1 040 000 € €  
Vend fonds cause préparation retraite  
Couple de gérant avec 2 compagnons et 1 Bac pro  
Très bonne rentabilité  
Location avec possibilité d'achat murs  
Accompagnement possible du futur acquéreur  
Tel : 06 71 64 48 86

## Dépt. 74 - RA PEUGEOT URGENT CAUSE MALADIE

Proche Annecy Vends murs et parts ou fonds - société Agent Peugeot  
CA plus de 3 millions  
4 mécaniciens, 1 référent technique chef d'équipe  
3 carrossiers peintre  
2 secrétaires, 1 commercial VO VN  
Axe très passant, très touristique  
Lavage attendant au garage  
Très bonne rentabilité  
Réserve 130 K € à distribuer  
Accompagnement pour formation du futur gérant possible  
Tel 06 26 90 52 90

# STANDARD FORMS

Imprimeur pour les professionnels de l'automobile

## Demandez plus à votre imprimeur !

Tarifs préférentiels pour les adhérents GAAP



Ventes privées



Papeterie  
Imprimés VN/VO  
Atelier  
PLV  
Cadeaux clients

[www.mongaragepeugeot.standardforms.fr](http://www.mongaragepeugeot.standardforms.fr)  
email : [contact@standardforms.fr](mailto:contact@standardforms.fr)  
Tél : 02 47 29 80 40 - Fax : 02 47 56 04 89

# HTX

## *Classic cars*



GAMME HTX CLASSIC CARS  
LE LUBRIFIANT DE COLLECTION



AVEC LA GAMME HTX, ELF INNOVE GRÂCE À UNE OFFRE DE GRANDE QUALITÉ ET EN PARFAITE ADÉQUATION AVEC LES VÉHICULES CLASSIQUES LES PLUS EXIGEANTS. VOTRE LUBRIFIANT PREMIUM AVEC TOUTE LA HAUTE TECHNOLOGIE ELF DANS UN BIDON À COLLECTIONNER.



Une marque de **TOTAL**