



Peugeot Proximity
vous met en scène



POUR LE RETOUR DE PEUGEOT AUX 24H DU MANS

**MICHELIN vous propose de participer à une journée d'essai
très exclusive le 7 juin 2023***



24h
LE MANS®



* Pour en savoir plus, contactez votre représentant Michelin ou votre vendeur itinérant Distrigo.

EDITO



Florence GETE,
Présidente du GAAP

SOMMAIRE

- 4** En direct des régions
- 6** Le GAAP dévoile sa marque : Peugeot Proximity
- 8** Avec Peugeot Proximity, le commerce APV accélère
- 11** VO, le GAAP donne l'impulsion
- 14** Le rallye des GAAP'zelles

Quoi de plus naturel que le choix du Mondial de l'Automobile pour annoncer la création de la marque de notre Groupement : PEUGEOT PROXIMITY, le label confiance proximité !

Si la technologie et les produits relèvent du constructeur, les Agents Peugeot Proximity sont les seuls à pouvoir revendiquer l'écoute client, la disponibilité, le « sur-mesure » et l'encrage territorial. Pour le grand public, c'est à la fois précieux, rassurant et différenciant.

Ces atouts, nous les traduisons tous les jours dans nos relations avec nos clients et au GAAP, nous avons voulu les mettre en scène parce que la proximité c'est notre ADN, alors nous devons le faire savoir.

Nous savons tous combien le marché est appelé à muter. Les nouvelles mobilités, la vigilance environnementale, les outils connectés... il ne fait

aucun doute que nos métiers évolueront sensiblement, alors mettons en avant notre différence, les valeurs qui nous caractérisent et qui passent par la réhumanisation du commerce.

Vous avez reçu les affiches de notre marque. Vous pouvez aussi télécharger des supports que vous pourrez faire imprimer localement et même si vous le souhaitez, les personnaliser à votre raison sociale.

Alors, dans une période où le constructeur semble vouloir modifier considérablement notre relation contractuelle, je compte sur votre concours et votre adhésion à ce tournant stratégique que lance votre Groupement.

Soyons à la fois les artisans et les ambassadeurs de cette marque ambitieuse. Portons-la collectivement et aussi massivement que possible !



DES ASSEMBLÉES RÉGIONALES SOUS LE SIGNE DE LA PROXIMITÉ

Les Bureaux de Metz, de Bordeaux et de Lyon ont donné le coup d'envoi des assemblées régionales du Groupement. Organisé en présence des équipes nationales du GAAP et des représentants régionaux de la Marque, le rendez-vous mobilise les adhérents en quête d'échanges et d'informations.



Les élus du bureau régional de Bordeaux

Dans le sillage du précédent tour de France, le Groupement repart, cette année, à la rencontre de ses adhérents. Force vive du réseau Peugeot, les Agents de la Marque sont les premiers représentants du constructeur. Pour autant, « il est nécessaire de prendre notre indépendance », souligne Nicolas Claverie, Premier délégué adjoint GAAP de Bordeaux. Un message rappelé à l'occasion de l'assemblée régionale qui s'est tenue à Toulouse.

Organisée sur une journée, l'accent a porté sur la proximité et les services déployés par le GAAP pour développer la rentabilité des affaires. Les partenaires ont été mis à l'honneur pendant la pause méridienne du forum. « Notre cœur de métier repose sur l'après-vente et le commerce VN. Mais l'enjeu majeur du moment se concentre sur le VO. Nous devons être plus performants sur ce point »,

poursuit le représentant local du Groupement. **Focus sur les groupes de travail du GAAP**

De Reims à Toulouse et Avignon, la présence des adhérents témoigne de la volonté d'avancer de manière collective avec le Groupement. Présentée lors des assemblées régionales, la restitution des groupes de travail mis en place par le GAAP autour du VN, du VO, de l'informatique et de l'après-vente, a concrétisé les actions engagées par les équipes des Agents Peugeot bénévoles au service du réseau.

Pour autant, les inquiétudes des adhérents demeurent palpables. Elles se cristallisent forcément sur les contrats de réparateurs agréés, l'approvisionnement en VN, la garantie ou encore la charte « Passion Agent » censée définir les relations avec les concessionnaires.

« L'humain et la proximité »

Le sentiment qui prédomine est une relation à sens unique avec la Marque, observe encore Nicolas Claverie. « Elle demande beaucoup d'investissements aux Agents, avec des exigences en matière de qualité et de perfection. Mais elle n'apporte pas de réponse à leurs questions, s'autorise des changements de prix intempestifs sur les véhicules, comme sur les lubrifiants... »

Face à une Marque distante, la présence des représentants nationaux du GAAP lors des assemblées régionales est soulignée par les participants. L'approche renforce les valeurs du Groupement basées sur « l'humain et la proximité », des équipes abordables, et des décisions collégiales.

Les « apéros bourguignons » et « gourmands » s'invitent en régions

Organisés à l'initiative d'ATB Auto, les « apéros bourguignons » ont fait étape au printemps à Montpon Ménéstérol (Dordogne). Au sein de l'agence de Nicolas Claverie, la soirée était placée sous le signe de la convivialité et de la proximité. Elle a donné lieu à des échanges constructifs sur les enjeux du VO, les services du faiseur, la plateforme de ventes dédiée aux adhérents du Groupement. Une douzaine de points de vente s'était réunie pour l'occasion. La rencontre rappelle également l'implication du groupe de travail du GAAP spécialisé sur le VO, dont les initiatives sont à découvrir, chaque mois, dans la newsletter « Mon rendez-vous VO ».

La démarche est relayée par Waxoyl (spécialisé dans le traitement des peintures) nouveau partenaire du GAAP dont les représentants partent à la rencontre des adhérents du Groupement. Les « apéros gourmands » organisés à la demande des Agents en liens avec les GAAP Messenger de chaque région, visent à présenter l'intérêt de la solution de protection de la carrosserie qui constitue un service additionnel lors de la vente d'un VO.



C I R A N O

Nouveau programme de garantie

dès le 1^{er} septembre

PLUS DE PRISE EN CHARGE POUR VOS CLIENTS
pièces mécaniques supplémentaires, augmentation du 1^{er} diagnostic & des durées de protection

PLUS COUVRANT POUR VOTRE PARC

Critères d'éligibilités étendus
& garantie au mois pour véhicule sous garantie constructeur

PLUS RÉMUNÉRATEUR POUR VOUS

Tarifs sur-mesure
& augmentation des commissions sur les extensions

EN SAVOIR PLUS ICI



Partenaire du GAAP depuis 2014,
nous garantissons la mobilité de vos clients

CONTACTEZ-NOUS

contact@cirano.com - 03 22 33 86 70

LE GAAP DÉVOILE SA MARQUE

« PEUGEOT PROXIMITY » !

Présentée officiellement le 18 octobre à Paris, la marque « Peugeot Proximity » traduit l'engagement du GAAP à promouvoir les valeurs des Agents adhérents du Groupement. La proximité et le sens du service en sont les fondements. L'initiative est inédite. Elle couvre l'ensemble des activités VN, VO et après-vente.



La création d'une marque constitue un événement forcément marquant et engageant. Elle résulte d'une réflexion globale, et d'une concertation impliquant l'ensemble des équipes du Groupement des Agents des Automobiles Peugeot. En dévoilant les premiers contours de la marque « Peugeot Proximity » lors de l'assemblée régionale de Lyon au printemps, l'émotion était palpable au sein de l'assemblée présente. Elle témoigne d'une appétence certaine. La présentation s'est étendue aux bureaux régionaux et aux GAAP Messenger au cours de l'été. La démarche résulte d'un double constat, avance Florence Gete, Présidente du GAAP. « D'une part, le constructeur ne nous accompagne plus, d'autre part, nous connaissons nos besoins et nos forces vis à vis de nos clients. »

Une clientèle qui s'oriente vers le réseau des quelques 1800 Agents Peugeot (dont 60% adhèrent au Groupement) pour la Marque et la proximité, mais dont la fidélité repose sur l'humain et les compétences techniques des Agents. Un sentiment désormais consolidé par l'étude représentative réalisée par Senseva l'été dernier.

Service après-vente, VN et VO

Destinée à mettre en valeur le positionnement des Agents Peugeot dans les territoires, le sens du service et les compétences tech-

niques, la signature « Peugeot Proximity » est la traduction marketing de la raison d'être des adhérents du GAAP. Elle reflète la montée en gamme revendiquée du Groupement. « Le constructeur communique de manière institutionnelle, sur les modèles. A travers notre marque, nous promovons les Agents et l'ensemble des activités des agences », poursuit Florence Gete

Car si l'appellation est d'abord née dans le cadre du programme d'accompagnement des Agents sur l'après-vente, elle couvre à présent le VN, et le VO. Elle pourra s'étendre demain aux activités complémentaires comme la location. Outre des dispositifs de coaching (associés au commerce après-vente et à la vente), la marque « Peugeot Proximity » prendra la forme d'un label sur le véhicule d'occasion. La démarche bénéficie d'une campagne de communication dédiée (affiche, bannière, clip, digital... téléchargeables depuis gaapfrance.com), tout en respectant la charte du constructeur. En matière de VN, les actions visent à rappeler aux clients qu'ils peuvent s'informer, échanger, être conseillés et acheter un véhicule dans un point de vente physique... et pas seulement en ligne.

Valoriser les qualités différenciantes des Agents

Lancée officiellement, cet automne, à l'oc-

casion « des Rencontres Peugeot Proximity » organisées lors de l'assemblée générale de la DR de Paris, la marque « Peugeot Proximity » est appelée à se développer et se construire dans la durée. « Les adhérents du GAAP ont vocation à se l'approprier. La création de la marque représente un outil. Elle permettra aux Agents de prendre conscience de leurs atouts, de communiquer auprès du grand public en complément du constructeur, indique Florence Gete. Elle vise à mettre en avant les qualités différenciantes des Agents par rapport aux concessions, aux centres autos ou aux fast-fitters. » L'objectif est aussi de valoriser les Agents Peugeot, premiers acteurs du commerce de proximité, et de défendre leur savoir-faire. A travers cette initiative, le GAAP entend également rappeler le potentiel du parc roulant, la capacité d'adaptation des Agents, leur agilité et la force de la reconnaissance des clients.

La création de la marque « Peugeot Proximity » fixe aussi une nouvelle étape dans l'existence du Groupement. « Elle concrétise les réflexions engagées depuis plusieurs années. Nous nous donnons l'ambition de nos réflexions », annonce sa présidente. L'initiative est fédératrice. Elle est vouée à redonner de la fierté aux Agents pour le travail accompli, et à réhabiliter un sentiment d'appartenance à la marque incarné désormais par le seul Groupement.

Le constructeur communique de manière institutionnelle, sur les modèles. A travers notre marque, nous promovons les Agents et l'ensemble des activités des agences.



AVEC « PEUGEOT PROXIMITY », LE COMMERCE APRÈS-VENTE ACCÉLÈRE !

Reflet de l'engagement du GAAP à accompagner le réseau, le programme « Proximity Booster APV » se déploie, cette année, auprès des adhérents. Le dispositif vise à proposer des méthodes et des process adaptés aux besoins de chaque Agent, pour développer leurs performances en après-vente.



équipes. Elle peut aussi se compléter d'un suivi sur deux mois, puis sur six mois. « Outre l'optimisation des méthodes organisationnelles du travail, l'objectif est de développer le chiffre d'affaires après-vente, de renforcer la compétence de pilotage et de management du chef d'atelier » précise Karim Hamadache. Détecter et encourager les points forts des collaborateurs, sensibiliser et impliquer l'équipe sur les résultats, font partie également des sujets mis en avant.

« Proximity Booster APV » est un programme d'accompagnement et de développement du chiffre d'affaires de l'après-vente, résume Claude Dumas, Agent Peugeot à Léznigan-Corbières (Aude) dont l'équipe est dirigée par un jeune chef d'atelier. « Ils ont besoin de progresser, en particulier, dans l'appréhension de l'environnement commercial. Ils ne doivent pas seulement recevoir les clients, les écouter et définir l'intervention à réaliser. Ils doivent suivre des indicateurs de productivité, de chiffre d'affaires et animer également les équipes ».

Une expertise adaptée à toutes les agences

La méthode proposée concerne tous les Agents, quelle que soit la taille de la structure. Le programme prend naturellement tout son sens avec des équipes de cinq à six personnes, composées de réceptionnaires, de compagnons et de magasiniers. « Il est nécessaire de fixer des objectifs à ses collaborateurs pour favoriser la vente de batteries, de balais d'essuie-glaces ou de plaquettes de frein, par exemple, pour faire en sorte que le business ne nous échappe pas, explique le dirigeant. Si nous n'en parlons pas à nos clients, nous n'en vendrons pas ! »

Au-delà de l'aspect commercial, l'accompagnement revêt une autre dimension en

matière d'organisation. En ce sens, l'approche du programme « Proximity Booster APV » révèle toute sa pertinence ; elle repose sur une véritable expertise. L'analyse conduit à définir un plan d'actions avec le chef d'atelier tout en respectant les process de travail de la Marque.

L'enjeu consiste également à mesurer la productivité afin de favoriser la montée en puissance de l'ensemble des équipes. « Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une telle complexité administrative, en particulier, dans le suivi des garanties, que le responsable après-vente délaisse certaines de ses fonctions faute de temps, » déplore Claude Dumas. Bénéficiaire d'un regard extérieur permet d'en prendre conscience, d'attirer l'attention sur la nécessité

12 modules « performance » pour développer la rentabilité

Destinés à compléter le programme « Proximity Booster APV », Karim Hamadache a souhaité que les modules optionnels soient adaptés aux besoins et aux demandes de chaque site. « Organisé sur une demi-journée, l'accompagnement personnalisé se répartit entre les fondamentaux (prise de rendez-vous axé commerce, préparation des rendez-vous, accueil-réception des véhicules, comportemental, restitution des véhicules, travaux à prévoir), les performances (pilotage des indicateurs clés de performance, management-communication) et le mode expert (contrôle qualité, satisfaction client, merchandising, optimisation de sa visibilité en ligne). Avec un même objectif : développer la rentabilité, le chiffre d'affaires après-vente et la satisfaction des clients. » explique Caroline Corblin.

de suivre les indicateurs de productivité, et de manager les équipes. L'enjeu est de trouver le juste équilibre entre le développement de l'activité et le personnel disponible. Cependant le dispositif peut faire apparaître des besoins en recrutement.



« L'enjeu du Groupement est d'engager un maximum d'Agents de la Marque Peugeot vers un process qui se met au service du client, explique Karim Hamadache, qui a fait appel à Caroline Corblin, consultante spécialisée de CoandCo Reflex, pour la mise en œuvre du programme Proximity. « Le dispositif reprend

les valeurs de proximité avec une notion de service qui sont, aujourd'hui, l'ADN du GAAP. » Le dispositif repose sur une approche à la carte. Accessible à partir d'une seule journée, la démarche analyse l'organisation des agences, et détermine un plan d'actions à mettre en place en concertation avec leurs



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. : 01 56 21 27 00
Fax. : 01 56 21 27 07
Mail : catassurances@wanadoo.fr

www.catassurances.com



Il est nécessaire de fixer des objectifs à ses collaborateurs pour favoriser la vente de batteries, de balais d'essuie-glaces ou de plaquettes de frein, par exemple, pour faire en sorte que le business ne nous échappe pas.



Etre efficace à chaque poste

En pratique, l'analyse prend en compte les rendez-vous pris (ou mal pris), la charge de l'atelier, l'organisation du planning, la planification du travail, la distribution des tâches auprès des équipes, les temps morts... L'écoute, et les discussions avec les équipes contribuent à décortiquer les modes de fonctionnement propres à chaque site, et à identifier les points sensibles.

La méthode aboutit à une nette amélioration de la productivité et des organisations, estime le premier délégué de la DR de Bordeaux. Et de rappeler : la Marque a délaissé l'accompagnement du réseau. La démarche O2B (ex-Odas) comporte « beaucoup » d'obligations, mais elle n'offre pas, sinon peu, de travail sur le fond. Quant aux ZM Services, leur périmètre d'action est devenu aujourd'hui trop large pour guider véritablement chaque point de vente. « Proximity Booster APV » met le doigt sur des axes d'amélioration, poursuit le dirigeant. Il s'agit d'une analyse « chirurgicale », adaptée à chaque entreprise.

L'approche vise notamment à fluidifier les process, en identifiant les axes d'amélioration qui permettront d'être plus efficaces à chaque poste. « J'étais convaincu de la démarche dès sa présentation. Je le suis encore plus après l'avoir mis en œuvre ! Au regard de l'évolution de nos métiers, de la complexité et de la technicité, investir dans un tel programme est

presque une nécessité. »

Dans les faits, l'Agent de Lézignan-Corbières a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires de 20% (décorrélée de la hausse des prix). Les méthodes ont porté leurs fruits, notamment sur le service rapide. Elles donnent au réceptionnaire les bons outils pour être performant, nous indique-t-il.

Pérenniser les actions

Jusqu'à présent, les intervenants extérieurs opéraient dans le cadre des audits et des contrôles, avec une sanction à la clef, le cas échéant. « L'approche de Caroline Corblin est résolument différente. Elle est là pour nous aider, et répondre à une attente dans la gestion commerciale des équipes, et des ateliers. Nous avons préparé son intervention en amont, échangé avec les équipes pour présenter sa démarche ». L'adhésion des collaborateurs contribue, en effet, à la réussite du programme. Tout au long de la journée, ils sont associés dans une approche participative pour définir et mettre en place des solutions.

Des modules complémentaires (lire par ailleurs) permettent de travailler sur des points précis avec un réceptionnaire, par exemple. Car les actions proposées doivent être pérennisées dans le temps, et parfois ajustées pour s'inscrire de manière durable. De la gestion au commerce, « Proximity Booster APV » constitue un accompagnement gagnant au pilotage de l'activité après-vente.



Nicolas Berthoud, Agent Peugeot à Grasse (Alpes-Maritimes)

« L'intervention de Caroline Corblin dans le cadre de « Proximity Booster APV » permet de remettre à plat nos pratiques, et d'identifier des points d'amélioration dans l'organisation de l'après-vente. Son analyse se complète de recommandations. Le suivi est assuré quelques semaines après son premier passage. Le délai permet de fixer des challenges et des objectifs. L'expérience est positive. Elle définit un fil conducteur à suivre, et des actions concrètes comme la mise en place d'un accueil téléphonique, le matin, de manière à libérer le conseiller service, ou la préparation des dossiers en amont. La démarche rappelle les bonnes pratiques qui peuvent dériver avec le temps. En revanche, l'accompagnement peut se heurter à l'implication du personnel. Il apparaît difficile parfois de faire bouger les lignes, aux salariés d'appliquer les conseils pour trouver le juste équilibre dans la gestion du temps, par exemple, lors de la réception des clients et la restitution des véhicules. Pour être pleinement efficace, les collaborateurs doivent accepter de se remettre en question. Bénéficier d'un tel accompagnement au démarrage de mon activité aurait été utile. »

VO, LE GAAP DONNE L'IMPULSION !

Au regard de l'évolution du marché du véhicule neuf, le VO confirme son attractivité. La démarche avancée aujourd'hui par les équipes du GAAP structure et met à porter de main des Agents Peugeot un commerce appelé à devenir stratégique.



Premier rassemblement VO pour tous les Agents, connaisseurs et débutants, le samedi 25 mars 2023

A retenir dès maintenant : premier rassemblement...le samedi 25 mars 2023 Un concept global au service des adhérents du GAAP. Sur les 1792 Agents Peugeot en France, seuls 369 disposeraient de véhicules d'occasion à la vente. Des faiseurs aux volumes étudiés qui peuvent jouer leur carte, et se positionner aussi sur le « vrai » VO, à savoir des modèles de quatre à cinq ans. La marge de progression est réelle.

« Les Agents concentrent aujourd'hui beaucoup d'énergie sur l'activité après-vente, analyse Sylvain Grandjean, vice-président du GAAP en charge du VO. Mais il faut garder à l'esprit que les ventes d'aujourd'hui sont notre activité après-vente de demain. »

Un groupe de travail spécialisé

Car le modèle économique des Agents évolue. L'après-vente et le VO prennent aujourd'hui le pas sur le commerce VN. Le marché de l'occa-

sion est exponentiel. Il est appelé à devenir une vraie source de rémunération comme l'après-vente. L'évolution mobilise le GAAP. Le groupe de travail mis en place par le Groupement entend balayer l'ensemble des activités associées au commerce des véhicules d'occasion.

Animées par une dizaine de participants en charge du financement, de la garantie, de l'approvisionnement... les équipes reflètent la diversité des structures des Agents Peugeot présents sur le territoire. Véritable *think tank*, la démarche s'inscrit dans le sillage de l'orientation impulsée par Didier Saive. Les décisions issues des échanges contradictoires, sont prises de manière collégiale, souligne Sylvain Grandjean. Attendu que les propositions des partenaires émanant du GAAP restent des recommandations. « Nous voulons être maître de notre projet. Le programme se veut homogène à l'échelle nationale, mais les Agents demeurent libres de les appliquer tout ou en partie. »

The screenshot shows the GAAP website interface. At the top, there is a navigation bar with the GAAP logo, a search bar, and user options like 'Adhérer' and 'ME DÉCONNECTER'. Below the navigation bar, there are several sections: a search bar with 'TROUVER!' button, a 'PROXIMITY' banner with the tagline 'LE LABEL CONFIANCE VÉHICULES D'OCCASION' and 'NOUVELLES AMBITIONS, NOUVELLE MARQUE', and a grid of service buttons including 'MES BESOINS FINANCIERS', 'APPROVISIONNER', 'CHIFFRER', 'DOCUMENT TYPE', 'REGLLEMENTATION', 'FINANCER', 'LIVRER', 'PREPARER', 'DIFFUSER', and 'GARANTIR'. Each button is accompanied by a partner logo such as Sofinco, MyCarLab, Sofdi, Standard Forms, Proximity, Lec3H, TotalEnergies, Cirano, Leboncoin, and LaCentrale. On the left side, there is a sidebar with 'Outil d'estimation' (INDICATA), 'Le mot de l'Equipe VO', and 'ACTUALITES VO'.

Des partenaires pour accompagner le réseau

Afin de passer à la vitesse supérieure, les partenariats ont été remis à plat, repensés, et évalués. Ils se sont également enrichis. Avec une attention particulière portée sur l'accompagnement du réseau, la priorité du GAAP. Au cœur de la stratégie, le sourcing occupe forcément une place spécifique. Il repose sur un partenariat exclusif opéré avec ATB Auto. Depuis le début de l'année, les adhérents du Groupement bénéficient d'un accès réservé pendant 48h aux nouveaux véhicules disponibles à la vente sur la plateforme dédiée au Groupement. Le faiseur a élargi également

ses fournisseurs au cours de l'été. Mais face à l'inflation des prix constatée sur un marché du véhicule d'occasion tendu, le GT VO du GAAP veille. Il faut être en mesure de s'adapter rapidement, rappellent ses animateurs. Si chaque adhérent reste maître de sa stratégie, le Groupement met en place des services adaptés pour accéder à des volumes au meilleur tarif. Du côté du financement, cette fois, l'accord renouvelé avec Sofinco (ex-Vixel) est en cours de déploiement dans le réseau. Il donne accès à des solutions, dans l'ère du temps, en matière de crédit ou de LOA. Là aussi, les conditions de rémunération ont été pensées pour les Agents du Groupement. Elles se

veulent mieux-disantes et attractives. Le financement constitue un levier de fidélisation et de rentabilité additionnelle non négligeable, rappelle Sylvain Grandjean. Enfin, la garantie complète la quadrature du cercle. Le programme de CIRANO s'ajoute à l'expertise du garantisseur historique TLSA. La nouvelle couverture renégociée pour les Agents a été présentée mi-septembre dans la newsletter « Mon rendez-vous VO ». L'objectif est de proposer une garantie flexible et rémunératrice de 12 mois, disponible sur l'ensemble des VO distribués par les adhérents du GAAP (elle intègre notamment le système AdBlue et la boîte de vitesses robotisée sous la garantie Expert, avec des variantes sur les couvertures, de la « moteur-boîte-pont » à la « tout-sauf », en fonction de l'âge des véhicules).

Un label « Peugeot Proximity Véhicules d'Occasion »

L'accent porte, par ailleurs, sur les prestations additionnelles entourant la vente d'un VO. Outre le gravage, l'application d'une solution déperlante sur la carrosserie (via le partenariat avec Waxoyl) fait partie des services complémentaires qui peuvent être proposés aux clients finaux, avance le responsable. La livraison à domicile est aussi à l'étude. Source de satisfaction de la clientèle, ces services permettent aux Agents de retrouver des leviers de marge dans un contexte de contraction de ces dernières. A terme, la démarche engagée par le Groupement des Agents Peugeot vise à définir un label « Peugeot Proximity Véhicules d'Occasion ». Il se complétera de la digitalisation des ventes via la mise en ligne d'un site du commerce peugeotproximity.fr (précédemment mongaragepeugeot.fr) repensé et intuitif attendu l'an prochain. Le but est de donner accès à l'ensemble des VO des adhé-

rents du GAAP, de permettre aux clients de choisir un modèle, de réserver en ligne, de sélectionner des services complémentaires jusqu'à opter pour une solution de financement. Avec un argument majeur à promouvoir par les Agents : la proximité. « Les VO sont préparés dans nos ateliers, par nos équipes », explique Sylvain Grandjean. Dans le cadre d'un VO vendu à l'origine neuf par un Agent, et entretenu dans son atelier depuis sa mise en circulation, un certificat d'authenticité garant du bon suivi du véhicule est en réflexion.

Un forum du VO en 2023

« Nous assistons à une remise en question de notre vie d'Agent, remarque le responsable du GAAP. La période suppose de repenser nos pratiques avec l'accompagnement du programme Proximity, de structurer notre démarche VO, tout en veillant à proposer des approches applicables et accessibles. » Un dispositif global pensé par et pour les Agents Peugeot qui fera l'objet du premier forum du VO organisé par le Groupement au printemps prochain. Le programme défini en concertation avec les partenaires et les membres du GT VO entend mettre en avant les bonnes pratiques et les conseils à travers une approche ludique et conviviale. Le rôle du colloque est d'éveiller les consciences à travers le témoignage d'Agents adhérents, tout en soulignant l'accompagnement et l'engagement des partenaires du GAAP. Approvisionnements, estimations, diffusions des annonces, garantie, financement, services additionnels... chaque étape sera abordée dans le cadre d'échanges et de table-rondes animés par les ambassadeurs du VO. Qu'ils soient débutants, confirmés ou experts du véhicule d'occasion, l'événement collaboratif à vocation à mettre le VO à portée de mains de l'ensemble des Agents du GAAP.

Indicata, l'initiative du GAAP est reconduite

Permettre aux Agents novices de saisir les tendances du marché VO grâce à la mise à disposition d'outils essentiels à forte valeur ajoutée. L'engagement du GAAP vise à encourager le développement de l'activité VO. A cet effet, les réparateurs agréés adhérents du GAAP ont bénéficié d'un accès gratuit à Indicata, l'outil de cotation des véhicules. Les tests réalisés sur le premier semestre ont permis aux professionnels d'estimer la valeur de reprise d'un modèle. Face au succès de l'opération, le Groupement a reconduit la prise en charge du service de l'éditeur accessible depuis le portail VO du GAAP.

LES GAAP'ZELLES ENTRENT DANS LA LÉGENDE !

Emmené par Laurence Dupriez et Diane Cauet, l'équipage a défendu les couleurs du Groupement des Agents Peugeot lors de la dernière édition du rallye Aïcha des Gazelles au Maroc à bord de leur Partner 4X4 DANGEL. Et elles n'étaient pas les seules représentantes du réseau !



Des Gazelles au cœur de lionnes ! Pendant huit jours de course à travers les pistes et les dunes marocaines, l'équipage n°309 s'est mesuré au plus célèbre et difficile rallye-raid féminin au monde. Au départ de cette 31^e édition à Nice, le duo Dupriez-Cauet savourait l'euphorie du moment. Un dernier répit... Lever aux aurores, briefing, décryptage des cartes à l'aide de compas et de règles, sur les bivouacs, le rituel matinal est le prélude à des journées intenses où pilote et navigatrice doivent garder le cap, respecter les check point, et évaluer les difficultés de franchissement. Les tempêtes de sable à répétition, les enlacements et les crevaisons (synonymes de pénalités) n'auront pas raison de la détermination du binôme. « Nous n'avons pas eu de limite, mais quelle aventure humaine ! », résume Laurence Dupriez. Sur le podium du challenge 1^{ère} participation, et 4^e au général en catégorie cross over, l'objectif est atteint. « Nous sommes allées au bout du parcours ! Pour une première, nous sommes fières de notre résultat ! Combien d'équipages ont subi des avaries irréversibles. Nous avons pu réaliser cet exploit grâce à notre persévérance. » Un « bonheur » décuplé par la cohésion et l'entraide des « gazelles » engagées. Des instants « magiques » et des souvenirs

« émus » échangés à l'arrivée avec Florence Gete, présidente du GAAP.

Une expérience et un souvenir « inoubliables »

Un défi personnel partagé par Alexandra Fournaise (n°191). Agent Peugeot à Nesles-la-Vallée (Val d'Oise), et adhérente du GAAP, la mécanicienne de formation s'est lancée dans la course. Une première attendue pour l'ex-pilote de motocross attirée par le challenge, la compétition et l'aventure. Une expérience de « dingue » vécue dans des paysages « impressionnants et dépaysants », rappelant ici l'Alsace, là les déserts américains. « L'épreuve est l'occasion de faire une pause dans l'activité intense de nos vies professionnelles et familiales, sans GPS, ni téléphone ! ». Seule face à elle-même, confrontée à la perte des repères lors des tempêtes de sable et à quatre cents autres compétitrices, la concurrente garde un souvenir « inoubliable » de l'épreuve. Entre mer et terre, associant vitesse et précision de navigation, Alexandra Fournaise est arrivée en 87^e position (67^e des débutantes) au volant de son Toyota Runner de 1991 (à défaut de Peugeot Landtreck...) avec l'envie d'en découdre à nouveau l'an prochain et de viser plus haut !

Dangel dans la course !

Le constructeur alsacien spécialisé dans la transformation des véhicules utilitaires en 4x4, a fait son retour sur le rallye des Gazelles. Dérivé de la version de série, le Peugeot Partner de 130 ch BlueHdi confié à l'équipage Dupriez-Cauet, disposait pour l'occasion d'un aménagement adapté. Outre une garde au sol réhaussée (pour atteindre 225 mm), un blocage de différentiel arrière et un système de gonflage des roues depuis l'habitacle équipaient le véhicule, un dispositif confectionné par un binôme de choc composé de Sébastien Tschupp de DANGEL et Serge Hiltenfinck, Agent Peugeot à Kaysersberg. A l'arrière, deux roues de secours supplémentaires, des pelles et des plaques de désensablage donnaient le ton ! Les conditions extrêmes d'utilisation, la chaleur, les cailloux et le sable ont mis à rude épreuve la mécanique. « Nous avons toujours à cœur de prouver notre savoir-faire et nos compétences dans la préparation des véhicules tout-terrain, explique Philippe Kalb, responsable marketing de Dangel. Un modèle qui se sort du désert pourra affronter les sentiers et les pistes en forêt ou en montagne. »



Laurence Dupriez et Alexandra Fournaise

Annonces GAAP

Dépt. 31 - RA PEUGEOT

Agent AA3 - 50km de Toulouse
Zone rurale 4km autoroute Toulouse Tarbes
Clientèle rurale et fidèle
1 Mécanicien - 1 BTS - 1 Apprentie - Couple de gérants
Atelier 200 m² + magasin 80 m²
Hall et réception aux normes PSA en 12/2020
Parking clôturé 1 000 m² - Logement de fonction
Possibilité extension terrain 6 000 m²
Activité : 25/30 VN - VO à développer (demande importante)
Tel : 06 07 53 65 53

Dépt. 59 - RA PEUGEOT

Vend cause retraite
Bonne situation près de Lille
Mécanique - Carrosserie - Peinture
1 mécanicien - 1 RT - 2 carrossiers peintres - 1 préparateur
1 vendeur - 1 réceptionnaire - 1 secrétaire comptable
Surface totale 2 763 m² dont 929 m² couvert
Hall d'expo + réception + bureaux = 370 m² - Atelier carrosserie = 560 m²
Activité : 50 VN / 220 VO
CA : 3 000 000 € - FDC : 450 000 €
Tel : 06 15 89 32 04

Dépt. 60 - RA PEUGEOT

Vend fonds cause retraite
Mécanique / carrosserie / peinture
CA : 458 000 € - FDC : 160 000 €
Vente murs + habitation spacieuse de 220 m² entièrement rénovée
Tel : 06 80 24 12 35

Département 78 RA Peugeot

Vend fonds de commerce cause de retraite
Agent AA3 certifié ODAS
Mécanique
15 kms de Versailles - 15 kms de Rambouillet - Vallée de Chevreuse
2 Mécaniciens - 1 TDA - 1 Secrétaire
Atelier 225 m² - 4 ponts - Magasin 50 m²
Atelier et Bureaux aux normes Stellantis - Parking clôturé
C.A. 950 000 Euros
35 à 50 VN - VO à développer
Accompagnement de l'acquéreur
Tel : 06 44 23 33 45

Département 76 RA Peugeot

Dans un rayon de 15km de Rouen, situé à un endroit stratégique
Vend fond de commerce, Agent AA2 certifié Odas, Pack Starter, au normes constructeurs
9 Personnes hors gérants et apprentis
Possibilité de faire 2 marques - Places de parking
2 Cabines de peintures - 8 Ponts - 1 Cabine de préparation
Dépanneuse - Prêt de véhicules
2.000M - Carrosserie - Mécanique - Peinture vente VN
VO entre 100 à 150 à développer
C.A 2.000 000€ - FDC : 750.000€
Tel : GAAP : 02.38.22.12.01

Département 95 RA Peugeot

Vend fond de commerce cause retraite.
Agent AA3 Montmorency centre-ville.
2 Mécaniciens - 2 carrossiers peintres - une secrétaire - un dirigeant.
Showroom + bureau et réception environ 150 m² aux normes.
Atelier 3 ponts - cabine de peinture.
Activité 60 VN / VO. - Parking extérieur privé.
C.A 865 530 euros - F.D.C 370 000 euros.
Accompagnement de l'acquéreur.
Tél 06.72.90.35.41

Département 56 RA Peugeot

Vend fonds de commerce + possibilité mur pour cause retraite.
Agent AA3 Région Bretagne sud proximité Lorient situé dans un endroit stratégique avec bonne notoriété
8 salariés + Gérant stable depuis 13 ans mécanique, carrosserie, peinture, dépannage
4 mécaniciens + 1 carrossier peintre + 1 TDA + 1 secrétaire + 1 comptable
6 ponts élévateurs récents + 2 stations climatisation récent
+ cabinet de peinture + géométrie
1 camion de dépannage - 10 véhicules de courtoisie
Vente VN - VO environ 150 véhicules annuel - Parc 35 VO permanent
Evolution possible CA 2 200 000 euros - EBE 250 000 euros
Tél 06.08.31.67.97

RENOUVELEZ FACILEMENT VOTRE PARC AUTO AVEC

Tec3H
LOGICIEL DE GESTION VN VO

+ DE 14000 VÉHICULES DISPONIBLES À LA VENTE

Grâce à notre partage de stock, achetez et vendez des véhicules à des professionnels implantés partout en France pour satisfaire rapidement les besoins de votre clientèle.



1. Recherchez le véhicule souhaité

Indiquez les critères précis pour affiner les véhicules disponibles dans notre partage de stock Tec3H

2. Faites une offre directe au vendeur au prix souhaité par votre client



2. Imprimez une proposition complète à votre client



3. Vous ne trouvez pas le véhicule ?

Renseignez la requête de votre client. Tec3H le prevendra dès qu'un véhicule correspondant est disponible



Tec3H
LOGICIEL DE GESTION VN VO

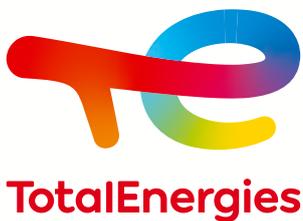
NOUS CONTACTER :

contact@tec3h.com
02 30 21 29 23
www.tec3h.fr

25 YEARS

PEUGEOT RECOMMENDS TOTAL

TOGETHER
WE ———
DRIVE THE
——— FUTURE



PEUGEOT RECOMMANDE TOTAL

