

# Guide Lavage

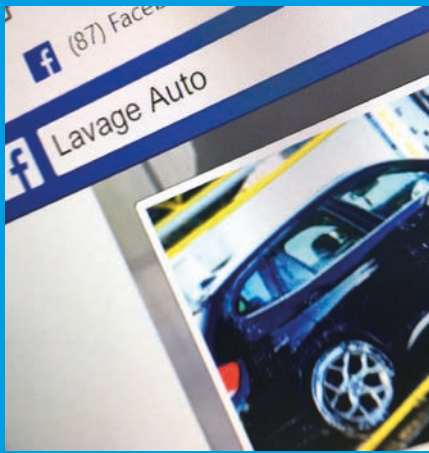
Juillet - Août 2020 | n° 94 - 185

## & STATIONS-SERVICE

ACTUALITÉS

### COMMUNICATION

Faire savoir  
son savoir-faire



### ACTUALITÉS

Lavage  Garage   
Carburant  Boutique 

### MATÉRIEL

Structures métallo-  
textiles d'Abri Expert



### REPORTAGE

## Nouveau Car Wash à Rethel

### PAROLES DE PRO

Confinement / déconfinement :  
les exploitants racontent

### JURIDIQUE

Protection sociale :  
quel statut pour  
le conjoint aidant ?

### VITRINE DE L'AUTO

Opel Corsa-e  
Nouvelle Fiat 500



# EMIC

Créateur de différence

# COMMANDEZ VOS PIÈCES DÉTACHÉES & PRODUITS DE LAVAGE EN LIGNE, 7 j/7, 24h/24 !

## SIMPLE, RAPIDE & EFFICACE

- L'essentiel des pièces détachées multimarques et des produits de lavage indispensables au bon fonctionnement de votre centre de lavage.
- Un moteur de recherche puissant, des menus avec filtres pour faciliter vos recherches de références.
- Des promotions disponibles en ligne.
- Paiement CB ou sur facture à vos conditions habituelles.



Paiement sécurisé



Livraison gratuite  
à partir de  
450 €<sup>HT</sup> d'achat



Expédition sous 24h\*



RENDEZ-VOUS SUR  
**WWW.EMIC.FR**

CONTACTEZ-NOUS

 N°Cristal 09 77 420 500

APPEL NON SURTAXE

info@emic.fr

\*Sous réserve de disponibilité. Photo non contractuelle

# ÉDITO

Depuis le 11 mai dernier, date du déconfinement, l'activité professionnelle a repris progressivement son cours. Les exploitants ont dû s'adapter et mettre en place des protocoles sanitaires afin d'assurer la sécurité de leurs employés et de leurs clients. C'est ainsi que nous avons recueilli, fin juin, quelques témoignages de gérants qui racontent comment se sont passées la période de confinement et la reprise.

Pour ce numéro, la rédaction a pris la route en direction de Rethel dans les Ardennes où se trouve un nouveau site de lavage Car Wash. Celui-ci, géré par Grégory Boquet, est doté des tout derniers équipements Christ. Dans l'article « Faire valoir son savoir-faire » qui suit, nous proposons de faire un tour d'horizon des outils de communication qui s'offrent à vous aujourd'hui pour informer vos clients mais aussi vous développer. Enfin dans le dossier « Matériel » consacré à Abri Expert, spécialiste en France de la structure métallo-textile sur-mesure, vous découvrirez ses solutions « clé en main » et comment s'opère la prise en charge du projet, des fondations jusqu'à l'installation.

Et comme toujours, retrouvez au quotidien toute l'info du moment en vous connectant sur nos sites [www.guide-lavage.com](http://www.guide-lavage.com) et [www.stations-service-actualites.com](http://www.stations-service-actualites.com).

La rédaction

**DIRECTEUR DE LA PUBLICATION ET RÉDACTEUR EN CHEF :** Laurent de Saulieu / **COORDINATRICE ET SECRÉTAIRE DE RÉDACTION :** Florence Deneuter - 01 41 27 97 40 - [guidelavage@sejt.com](mailto:guidelavage@sejt.com) / **RESPONSABLE PRODUITS :** François Gilbert / **RÉDACTEURS :** François Gilbert, Marie Martin, Marie Luginsland, Florence Deneuter, Guillaume Geneste, Mathilde Chomel / **MAQUETTISTES :** Rosabelle Murcia et Kevin Hohler / **DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ :** François Deneuter - 01 41 27 97 32 - [fdeneuter@sejt.com](mailto:fdeneuter@sejt.com) / **ASSISTANTE DE PUBLICITÉ :** Martine Nicolas - 01 41 27 97 35 - [mnicolas@sejt.com](mailto:mnicolas@sejt.com) / **IMPRESSION :** BLG Toul, 54200 Toul / **REVUE ÉDITÉE PAR SEJT EDITIONS SARL,** 94, rue Jules Guesde - 92300 Levallois-Perret - France - Tél. : 01 41 27 97 37 - Fax : 01 41 27 97 30, au capital de 7 800 € et détenu par 3<sup>ème</sup> Episode (Laurent de Saulieu, François Deneuter et Olivier de Saulieu) et Patrice de Saulieu. Siret : 42934448400010 - N° ISSN : 2557-6631 / **ABONNEMENT :** « Guide Lavage & Stations-service Actualités » est diffusé uniquement par abonnement, par tél. : 01 41 27 97 90 ou bulletin d'abonnement et par internet p.50 - Prix au numéro : 11 € / **PHOTOS DE COUVERTURE :** Abri Expert, Gilbert et X.D.R.

## 06 ACTUALITÉS

Lavage

## 10 PAROLES DE PRO

La crise sanitaire et après

**Confinement / déconfinement : les exploitants racontent**

## 16 REPORTAGE

Nouveau Car Wash à Rethel

**L'exemple à suivre**

## 22 DOSSIER

Communication

**Faire savoir son savoir-faire !**

## 28 MATÉRIEL

Structures métallo-textiles d'Abri Expert

**Conçues pour les pros du lavage !**

## 34 ACTUALITÉS

Carburant

**Vie des réseaux**

## 42 ACTUALITÉS

Garage

## 46 ACTUALITÉS

Boutique/Restauration

## 47 VITRINE DE L'AUTOMOBILE

Les nouveautés

**Opel Corsa-e**

**Nouvelle Fiat 500**

## 50 JURIDIQUE

Protection sociale

**Quel statut pour**

**le conjoint aidant ?**

# SOMMAIRE



# Accédez à la gamme SoftCare Easy pour **35€/jour\*** !

- + Sans apport
- + OFFERT : 3000€ de produits de lavage
- + Série limitée
- + Payez votre 1er loyer 3 mois après l'installation de votre matériel

\*Soit 1036€ HT/mois sur 60 mois.

Offre valable jusqu'au 31 décembre 2020 sur modèle de portique SoftCare Easy avec la configuration suivante : Système FlexControl : optimisation des appuis de brosses latérales ; hauteur de passage max: 2,40 m ; largeur de passage max: 2,38 m ; Design Plus : 5 feux LED et 3 pictogrammes (portes souples) ; Brosserie SofTecs Pure. Offre sur portique seul, hors borne de paiement. Garantie 2 ans. Pour plus de détails, contactez votre commercial WashTec. Financement en Crédit-Bail avec une option d'achat de 1%, montant des loyers HT et hors assurances, périodicité mensuelle, terme à échoir, paiement des loyers par prélèvement automatique, premier loyer 3 mois après la livraison suivi de 60 loyers linéaires, sous réserve d'accord par notre Partenaire Financier. Un crédit-bail vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.



## Contactez-nous !

WashTec France SAS | 200 rue du Grand Bouland | 45760 Boigny sur Bionne  
SAS au capital de 500 000 € RCS Orléans 341 515 047  
contact@washtec.fr | Téléphone: 02 38 60 70 60

[www.washtec.fr](http://www.washtec.fr)





 *WashTec*

STOP



 *WashTec*

du 20 au 22 septembre 2020

**Sandwich & Snack Show, Parizza et Japan Food Show**  
Paris Expo  
Porte de Versailles  
Pavillon 7.3  
75015 Paris  
[www.sandwichshows.com](http://www.sandwichshows.com)

du 29 sept. au 1<sup>er</sup> oct. 2020

**Préventica**  
Eurexpo  
Boulevard de l'Europe  
69680 Chassieu  
[www.preventica.com](http://www.preventica.com)

du 4 au 7 octobre 2020

**Franchise Expo Paris**  
Paris Expo  
Porte de Versailles  
Pavillon 2 & 3  
75015 Paris  
[www.franchiseparis.com](http://www.franchiseparis.com)

du 10 et 11 octobre 2020

**Automédon**  
Parc des Expositions  
Hall 4  
93350 Le Bourget  
[www.automedon.fr](http://www.automedon.fr)

du 20 au 22 octobre 2020

**Préventica**  
Grand Palais  
1 Boulevard des Cités Unies  
59777 Lille  
[www.preventica.com](http://www.preventica.com)

du 23 oct. au 1<sup>er</sup> nov. 2020

**Foire de Paris**  
Paris Expo  
Porte de Versailles  
75015 Paris  
[www.foiredeparis.fr](http://www.foiredeparis.fr)

du 4 au 5 novembre 2020

**Tankstation Vakbeurs**  
Expo Houten  
Pays-Bas  
[www.tankstationvakbeurs.nl](http://www.tankstationvakbeurs.nl)

## Le salon Tankstation & Carwash se tiendra les 4 et 5 novembre 2020 aux Pays-Bas

Du fait du contexte sanitaire, le salon Tankstation & Carwash aura lieu les 4 et 5 novembre aux Pays-Bas avec des ajustements. Les directives sanitaires applicables dans le pays seront respectées, indique l'organisation et des mesures prises pour garantir la sécurité et la santé des visiteurs, exposants et employés :

- plages horaires pour le chargement, déchargement, montage et démontage ;
- plages horaires pour répartition des visiteurs en journée ; nombre maximum de personnes dans le salon ;
- désinfectants à l'entrée, dans les halls d'exposition et salle de conférence ; masques et gants sur demande ;
- numérisation et impression des badges nominatifs ;
- hall d'exposition plus spacieux, allées plus larges, passerelles fixes à sens unique ;
- grand comptoir ;
- restauration en libre-service ;
- distance suffisante assurée pendant le congrès et les entretiens.

Si les directives sanitaires sont renforcées, l'édition 2020 sera reportée en 2021 au même endroit. Télécharger dès à présent la brochure et réservez votre participation sur le site : [www.tankstationvakbeurs.nl](http://www.tankstationvakbeurs.nl)

## Emic présente le désinfecteur d'habitacle Assaini +

Emic enrichit sa gamme Leds avec le désinfecteur habitacle Assaini+ qui distribue du produit désinfectant pour un habitacle sain de la voiture (les vitrages, plastiques, cuirs, tapis, sièges et moquettes) et la protection et le bien-être de vos clients. Doté d'une pulvérisation basse pression contrôlée de produit désinfectant ainsi que d'un éclairage Leds blanches (situées sous le capot) qui offre une meilleure visibilité à votre équipement, ce désinfecteur existe en 2 versions, Classique ou Iconnect (paiement sans contact).

### Informations techniques :

- carrosserie inox 12/10<sup>e</sup> ;
- cuve de stockage de 30 L ;
- dimensions : L 390 X H 1 480 X P 297 mm ;
- système de contrôle de niveau des produits (option) ;
- amorçage de pompe simplifié lors du réapprovisionnement ;
- pack hors gel caisson ;
- flexible spiralé de pulvérisation 10 m ;
- équipé d'un monnayeur électronique ;
- options : paiement sans contact (par carte bancaire, smartphone et carte de fidélité Emic), cartes et clés de fidélité (Eurokey Next, Badgic Reader) ;
- alimentation : 230 V mono ;
- puissance : 300 W.







## WashTec lance son parfumeur désinfectant pour l'intérieur des véhicules

Dans la continuité, et pour répondre à la demande suite à la crise sanitaire, WashTec propose également une solution pour désinfecter l'intérieur des véhicules. Le Parfumeur désinfectant est un atout indéniable pour les stations de lavage, les clients pourront désormais désinfecter l'intérieur de leur habitacle et de leur coffre. Le parfumeur permet de diffuser 3 senteurs différentes : « Passion », « Floral » et « Fruité », mais surtout d'asperger du désinfectant à l'intérieur de l'habitacle grâce au produit Acti'Septyl (conforme à la norme EN 14476). Enfin, WashTec lance également ses produits boutique, qui sont un complément au lavage auto avec des sprays nettoyants puissants et efficaces pour un nettoyage

auto de type professionnel. La gamme se compose de 4 sprays de 500 ml :

- WheelClean** : pour faire briller les jantes ;
- InsectClean** : un nettoyant anti-insectes ;
- InteriorClean** : le nettoyant spécial pour l'habitacle ;
- GlassClean** : le nettoyant pour vitres pour une propreté sans traces.

Les bouchons sont dotés d'une sécurité enfant et la fenêtre transparente du niveau de remplissage permet de vérifier facilement le niveau de produit du flacon.

Pour mettre en avant les produits, WashTec propose un présentoir attractif à installer dans votre boutique pour



mettre en valeur les sprays et ainsi augmenter votre chiffre d'affaires. Ce présentoir se divise en 4 étagères pouvant accueillir 24 sprays chacune.



**Exploitants, constructeurs, équipementiers, prestataires de services, cette rubrique Actualités est la vôtre. Envoyez-nous à [guidelavage@sejt.com](mailto:guidelavage@sejt.com), photos et informations sur vos nouvelles installations, vos nouveaux produits et services, et nous les ferons paraître dans un prochain numéro.**

## Nouveauté Ma-Fra : le nettoyant pour brosses

La marque italienne présente un « brush cleaner », spécifique pour le nettoyage périodique des brosses qui peut être appliqué sur tout type de brosses neuves et d'ancienne

génération y compris celles en tissu innovant. Ce nettoyant enlève efficacement tout type de saleté normalement accumulé dans un lavage auto, que ce soit le calcaire, le fer,

la rouille, les algues, les dépôts de cire et de shampooing. Son parfum est agréable précise la marque. Format disponible : bidon de 4,5 L.





## Nouveaux produits de nettoyage Berner



Berner poursuit le développement de sa gamme de produits de nettoyage des véhicules. La marque lance notamment la commercialisation du nettoyant X-in-1 Fresh And Shine et d'un désodorisant pour habitacle.

Le nettoyant X-in-1 Fresh And Shine est un produit multifonction qui nettoie et sèche les éléments de carrosserie avant d'y déposer une cire de protection à effet brillant. Le nouveau désodorisant

pour l'habitacle neutralise les odeurs, assainit l'air et laisse un parfum de fleur de cerisier perceptible pendant plus d'une semaine indique la marque. Ce produit est disponible à l'achat en 75 ou 600 ml.

Depuis deux ans, Berner réorganise ses gammes de produits pour proposer à ses clients des solutions globales dédiées au nettoyage intérieur et extérieur des véhicules.

## WashTec propose son « Pack Hygiene+ » pour le lavage et plus encore

Auwa, filiale de WashTec spécialiste des produits de lavage, propose aux exploitants de station de lavage son Pack Hygiene+ afin de répondre à la situation actuelle. Plusieurs autres produits viennent en complément.

Les exploitants peuvent désormais proposer à leurs clients un lavage de voiture « Hygiène+ » grâce à l'utilisation de produits chimiques sur mesure. Il s'agit d'un programme de lavage unique

qui offre non seulement les avantages habituels tels que la brillance, la protection et la propreté du véhicule, mais également une hygiène maximale.

Le Pack est composé de 5 produits différents. On retrouve

ainsi plusieurs produits de la marque Auwa qui ont déjà fait leur preuve. Combinés, ils deviennent le complément idéal pour un lavage de voiture assainissant !

- **le PreLavan Powerest**, un nettoyant hautement alcalin multi-usage avec un effet moussant et d'excellents résultats de nettoyage et qui peut être utilisé comme pré-lavage ou pour le lavage des jantes ;
- **le FoamClean Fruityest**, une mousse active au pH neutre avec un excellent pouvoir moussant et une bonne puissance nettoyante, particulièrement généreuse avec un parfum fruité intense ;
- **le ShampoClean Forte Plus**, un shampoing acide spécifique, particulièrement efficace sur les dépôts de rouille et prépare la carrosserie pour un séchage optimal ;

- **les Lingettes microfibre** qui permettent de nettoyer toutes les surfaces du véhicule ;
- **l'Acti'Septyl**, qui est quant à lui, un nettoyant virucide pour désinfecter la station.

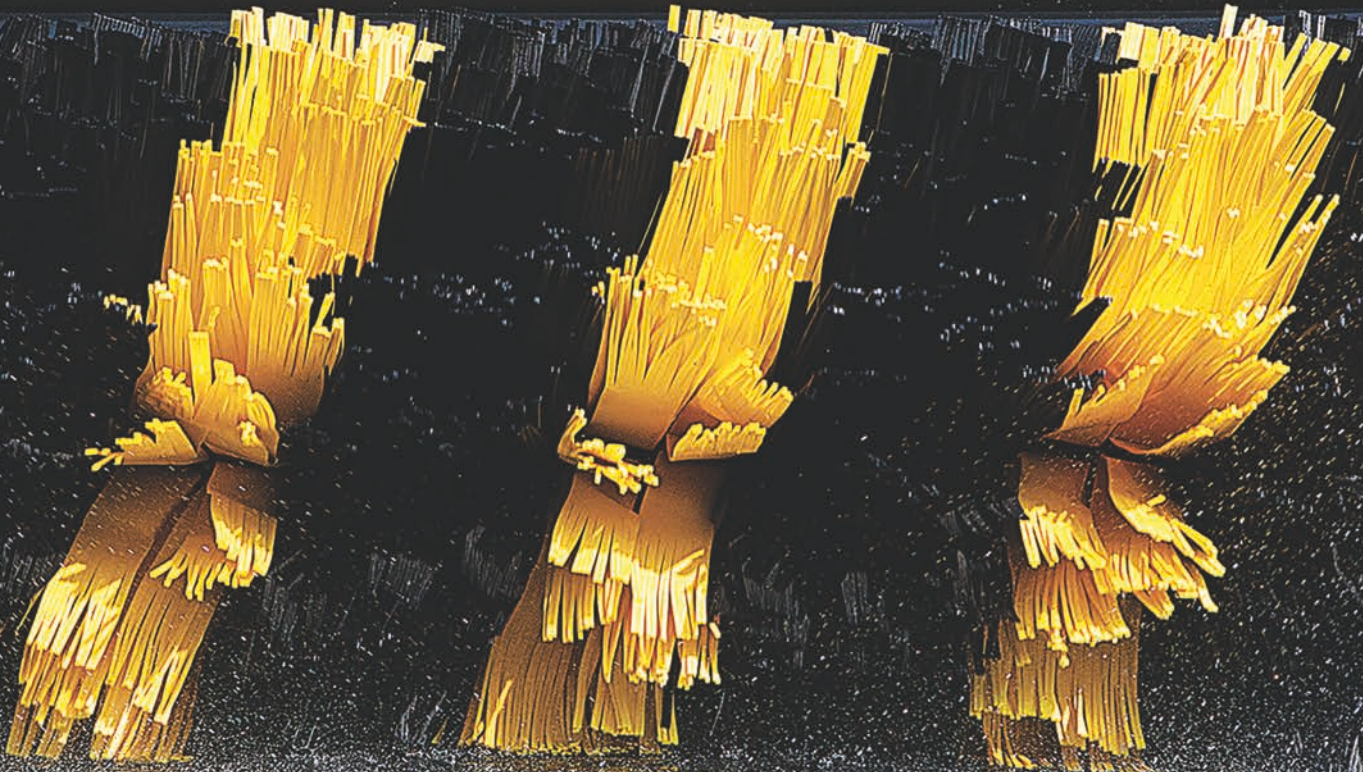
Produit complémentaire du Pack, l'Acti'Septyl. En plus de proposer un lavage assainissant aux clients de la station, l'exploitant peut également désinfecter son matériel par le biais de ce produit. Ce dernier est conforme à la norme EN 14476 référente en désinfectant virucide. Testé par un laboratoire indépendant et enregistré auprès des autorités, il est prêt à l'emploi. Avantage indéniable en temps de crise sanitaire ! C'est également un bon moyen de rassurer ses clients et pourquoi pas de le communiquer sur sa station. WashTec propose même d'accompagner ses clients en termes de marketing à l'aide de plusieurs supports : bannières, affiches...







**FAVAGROSSA**  
— NO BETTER WAY TO WASH —



# THE NEW **WASH** MOTION

**MOUVEMENT  
RÉVOLUTIONNAIRE**

**RÉSULTATS DE  
LAVAGE INCROYABLES**

**EFFICACE LÀ OÙ  
TOUTES LES AUTRES  
BROSSES NE PEUVENT  
MÊME PAS ARRIVER**



+39 0375 283311



[favagrossa@favagrossa.com](mailto:favagrossa@favagrossa.com)



[WWW.FAVAGROSSA.COM](http://WWW.FAVAGROSSA.COM)

Shake Video:





# Confinement / déconfinement : les exploitants racontent



Le 16 mars 2020, le confinement était annoncé. Le 11 mai suivant, le déconfinement commençait. Comment les exploitants ont-ils vécu entre ces deux dates ? Qu'en ont-ils retenu ? Témoignages d'exploitants recueillis fin juin.

« Le but, aujourd'hui, c'est avant tout de sortir, pour 2020, un bilan, à zéro peut-être, mais qui ne soit pas négatif : si on y parvient, on aura sauvé notre année ! », note Sophie Brassas.

**Sophie Brassas**  
**de Lavage Center**  
**à La Farlède, à côté de Toulon,**  
**équipé de pistes haute pression**  
**et portiques**

« Nous avons fermé notre centre pendant trois semaines, non pas à cause de directives nationales, mais parce qu'un arrêté municipal nous y a obligé. Nous nous sommes rendus compte, par la suite, qu'un centre juste à côté du nôtre, à 500 m, mais implanté sur le territoire de la commune voisine de la nôtre, était ouvert. Sur le moment, on n'a pas bien compris ce qui se passait au point de vue des autorisations, ça nous paraissait illogique en fait. Alors,

je suis allée rencontrer mon maire et très vite il a saisi l'incohérence de notre situation par rapport à d'autres. Dans la journée, il nous en a donné l'autorisation. Mais sous conditions ! Le centre devait être en configuration tout automatique. Le paiement devait se faire par CB sans contact. Et nous avons dû afficher sur toutes nos machines « uniquement pour les professionnels, sous peine de 135 € d'amende ». Ce sont des infirmières, des médecins et autres soignants qui sont venus à ce moment-là. Une équipe d'ambulanciers aussi.

Pendant cette fermeture, on est allé une fois par semaine faire

fonctionner les machines. On avait reçu un mail de notre constructeur qui nous donnait des conseils de maintenance pendant cet arrêt prolongé.

Vers le 1<sup>er</sup> mai, je suis revenue dans le centre pour le remettre en état vraiment opérationnel. J'avais remarqué que les « drive » fonctionnaient dans le commerce en général, alors, comme je pense que nous rentrons dans cette catégorie... Bref, je me suis organisée pour mettre à la disposition des clients, de l'alcool ménager dans des vaporisateurs pour les lances, pour désinfecter les écrans et boutons... C'est vrai qu'être déjà équipé du sans contact pour le





paiement, nous a servi lors de cette crise. Pour le gel et les gants, j'en ai proposé en boutique puisque j'étais présente dans le centre, mais en fait il y a peu de demande. Je pense que les gens en ont pour eux.

Au moment du déconfinement, la fréquentation du centre a été ni plus ni moins importante que celle de l'année passée au même moment. On craignait un peu avant la vraie réouverture que les gens n'osent pas revenir, mais non. Et pourtant, on a une certaine quantité de nos clients qui sont des personnes âgées...mais ils étaient là !

Pour ce qui est du comportement de la clientèle, je n'ai pas noté pour l'heure de modifications qui seraient dues à cette crise. Par exemple, je vends des antiseptiques pour les voitures, mais je n'ai quasiment pas de demande. Et moi, d'ailleurs, je n'ai pas non plus changé d'idée concernant, par exemple, l'importance d'une présence humaine dans un centre, même si avec le covid, ça a dû cesser un temps !

Cette fermeture nous a tout de même beaucoup coûté : pour le mois d'avril, nous n'avons fait que 3 000 € de CA... En fait, on a encaissé 8 % ou 10 % de notre CA par rapport à l'année dernière. Normalement, on devrait recevoir une aide du gouvernement : 1 500 €, voire un peu plus. Notre comptable est confiant. Mais à ce jour, on n'a rien touché. A suivre ! Ça ne compensera pas de toute façon : cette période du confinement et déconfinement progressif, pour nous, ce sont nos plus gros mois de l'année !

Le but, aujourd'hui, c'est avant tout de sortir, pour 2020, un bilan, à zéro peut-être, mais qui ne soit pas négatif : si on y parvient, on aura sauvé notre année ! »

## Jean-Noël Cornuailles, réseau Astikoto dans l'Ouest de la France, avec un concept alliant pistes hautes pression, portiques et ateliers pour des services à la main complémentaires

« On n'a pas fermé du tout : on s'est fié aux arrêtés préfectoraux qui nous autorisaient à rester ouverts. On a d'ailleurs beaucoup travaillé avec le CNPA pour que l'activité continue dans notre secteur.

Nos franchisés ont continué, peu ou prou, à travailler, mais très modestement. Le personnel était présent. Et nous avons mis en place un service de désinfection de l'habitacle des véhicules. Nous l'avons développé parce que des infirmières notamment, sont rapidement venues nous voir pour ce service. Et durant tout le confinement, cette demande a été intense. Ce service nous allons le conserver dans notre offre.

Au siège, on a aussi créé des sessions de formation à la communication de crise pour nos franchisés sous forme de réunions en visio. Ça a bien marché ! On a eu un bon retour de la part des exploitants, ils étaient preneurs. Tout ça va nous amener sans doute à pérenniser la démarche. Ce qui ne signifie pas que nous ne nous verrons jamais : pour le séminaire annuel, par exemple, bien sûr, nous nous réunirons en vrai !

Je crois vraiment que la présence humaine dans un centre est déterminante. Même si un centre peut fonctionner en automatique, comme, par exemple, pendant une crise de ce type. Mais ne serait-ce que pour aider une personne âgée à enlever son antenne avant de passer au portique, ou pour guider certains clients pour qu'ils placent bien le pneu dans le sabot. Et puis, notre concept avec



le box incluant une prestation à la main implique de toute façon la présence d'opérateur.

Ceux de nos clients qui préfèrent rester sans contact avec notre personnel peuvent aussi laver leur voiture avec les automates. Ça ne pose pas de problèmes bien sûr. Je reste donc convaincu que nous avons, dans notre secteur d'activité, une grosse marge de progression si on prend exemple sur l'accueillant commerce de proximité.

Avant le covid déjà, nous étions très vigilants sur tout ce qui concerne l'hygiène, alors avec cette crise, on a persévéré. Nous allons même accentuer notre message à destination de nos clients sur ce sujet. Néanmoins, je crains que les gens ne reviennent vite à leurs anciennes habitudes.!

Pendant le premier mois du confinement, nous avons travaillé sur la mise en sécurité économique de nos franchisés : nous leur avons transmis le maximum d'informations sur les aides gouvernementales notamment. Mais comme on est resté ouverts, ça n'a pas été si simple. Ensuite, on s'est axé sur l'entretien des centres, mécanique comme esthétique.

Pour ce qui est des pertes financières, en fait, on a atteint, pour la période du confinement, 80 % de notre CA par rapport à l'année passée. Le 11 mai, les clients ont afflué dans les centres. Si pour les exploitants, cette crise n'a pas été trop douloureuse pour ce qui est de leur activité professionnelle,

« Nous avons mis en place un service de désinfection de l'habitacle des véhicules. Nous l'avons développé parce que des infirmières notamment, sont rapidement venues nous voir pour ce service », indique Jean-Noël Cornuailles.

*pour nous, au siège, ça a été plus problématique. Le développement du réseau ces derniers mois ne s'est évidemment pas déroulé comme prévu... Et nous avons dû licencier du personnel, car nous n'avions plus de visibilité au point de vue des investissements possibles.*

*Aujourd'hui fin juin, nous sommes revenus à un niveau de fréquentation habituel. Mais on sent arriver une sorte de plateau avec des nouvelles concernant une éventuelle deuxième vague de la pandémie. On a connu un redémarrage vraiment fort, mais maintenant... Comme tout un pan de l'économie va être durement touché, on ne sait pas quelles seront les ressources des consommateurs. Bref, c'est l'inconnu pour l'avenir.*

### Jean-Noël Verdière centre Eléphant Bleu à Arras, doté d'un tunnel

*« On a fermé un mois environ. Pendant cette période, on a fait, au centre équipé du tunnel, de la maintenance et du nettoyage de fond, et quelques travaux. Le mois et demi restant, le tunnel a été accessible à des horaires d'ouverture réduits. C'est mon associé et moi qui étions sur le centre. L'activité a été très réduite. Notre personnel, nous avons dû le mettre au chômage partiel.*

*Le 11 mai nous avons rouvert normalement avec les opérateurs habituels. A ce moment-là, nous avons eu des journées très ensoleillées : le mois de mai a été bon pour nous... Mais*

*ce qui a été perdu en mars et avril, ne sera pas rattrapé. Du moins, les onze premiers jours du mois de mai, avant le déconfinement, ont-ils été compensés. En juin, la fréquentation a baissé.*

*Le siège nous a mis à disposition des visuels pour que nous les utilisions si on le désirait : on y indiquait qu'on était ravi de revoir nos clients, et on leur proposait une offre tarifaire. On n'est pas revenu sur les gestes et mesures barrière dans cette phase de communication-là, après le déconfinement, parce qu'on avait déjà bien traités ces données, pendant.*

*En mai, les portiques ont très bien fonctionné, par rapport aux pistes haute pression. On a vraiment vu une augmentation très forte de leur utilisation. Certainement parce que c'est plus en accord avec les règles sanitaires de ne rien toucher à part un écran, plutôt que de prendre en main une lance et pousser des boutons. Au début du déconfinement, les clients ouvraient à peine leur fenêtre pour effectuer le paiement sans contact, et ils ne prenaient presque jamais le ticket.*

*Aujourd'hui, je sens les clients moins angoissés, heureusement. Je pense donc que le côté « automatique » du lavage auto a de belles heures devant lui. Ce qui ne signifie pas non plus que j'imagine que le tout automatique va prendre le dessus. Je n'y crois pas. De toute façon, il faudra toujours du personnel pour assurer la maintenance, le nettoyage... des machines, des pistes, bref, du centre en globalité. Les opérateurs sont sur place pour les machines et les clients, et je crois que ça va perdurer.*

*Quoi qu'il en soit, on n'a pas encore assez de recul, fin juin, pour voir si le comportement des clients va évoluer sauf au niveau de l'usage des aspirateurs : dans le centre avec tunnel, avant la crise,*

*95% des clients qui venaient s'en servaient, et au moment de la crise, seulement 50 %. Les autres le faisaient chez eux j'imagine ! En juin, c'est un peu revenu.*

*Pendant le confinement on a condamné un emplacement dédié à un aspirateur justement, en même temps que l'on a positionné des distributeurs de gel partout... Dans quelques mois, on verra si on revient sur ces précautions. On sait que pour les clients, le lavage n'est pas un geste absolument essentiel. Si leurs ressources baissent...*

*Cette crise n'a pas fondamentalement changé notre stratégie à plus long terme et n'a constitué qu'une parenthèse en fait. Nous avons toujours les mêmes objectifs. Ce que nous allons cependant en retenir, c'est que prévoir, financièrement, un bas de laine, n'est pas inutile ! Que ne pas investir systématiquement ce que l'on a gagné est une idée à retenir... Ça s'est bien passé pour l'heure pour nous cette fois-ci, car au point de vue du crédit, ou des reports de charges ou... bref, les banques et l'Etat ont suivi. Mais il nous faudra nous constituer à l'avenir une trésorerie un peu plus conséquente pour pouvoir affronter des catastrophes éventuelles ».*

### David Polfliet, de Polwash un centre situé dans le Nord de la France, qui propose un tunnel et une originale cabine pour moto

*« Le centre a été fermé pendant toute la durée du confinement et nous n'avons rouvert que le 11 mai. J'y suis passé bien sûr pour assurer l'entretien. Je n'ai pas mené de réflexions particulières durant ces deux mois, car mon installation est efficace, alors, à part de petits aménagements, je n'ai pas de raison d'y apporter de vraies modifications.*

Le siège d'Eléphant Bleu a mis à disposition des gérants des visuels avec message de bienvenue et offres tarifaires pour accueillir les clients à leur retour dans les centres.





La baisse d'activité est compliquée bien sûr. Après le déconfinement, on a vécu, pendant trois semaines, une période de fréquentation très satisfaisante... mais ça a baissé ensuite. Aujourd'hui, fin juin, on est au ralenti par rapport à la normale. Sans doute les clients n'ont-ils pas envie de dépenser ? En ont-ils pris l'habitude pendant le confinement ? Ou peut-être préfèrent-ils dépenser pour d'autres choses ? Ou craignent-ils un retour de la pandémie, ou de se retrouver dans un cluster ? Sortir peut encore présenter un danger aux yeux de certains. La crainte de l'avenir joue certainement.

Ce qui est certain, c'est qu'avec les interdictions de déplacements, la baisse du trafic routier et des bouchons dû notamment au télétravail

généralisé, les automobilistes ont moins sali leur véhicule... et donc ont eu moins envie ou besoin de le laver. On espère une vraie reprise en 2021... mais pour l'heure avec une croissance économique annoncée négative à deux points pour 2020, ça n'est pas dit !

On avait déjà une machine à vapeur pour désinfecter. On a noté une hausse forte de son utilisation par les clients. On leur propose du gel bien sûr. Et on désinfecte la zone dédiée aux aspirateurs fréquemment.

Comme l'activité a été réduite, les horaires d'ouverture ont été modifiés, et on a eu moins de personnel sur place. Aussi parce que certains opérateurs craignaient d'être contaminés.

Avant, on était trois personnes à temps plein. Aujourd'hui, on est deux avec un intérimaire. Bien sûr, pour cette crise, un centre tout automatique peut paraître bien adapté, mais pour mon centre, j'estime que ça n'est pas possible : il faut du personnel pour maintenir un tunnel en état de marche, même s'il n'est finalement pas en contact avec le client.

J'ai pensé à vraiment développer le tunnel pendant le Covid, mais, en fait, ça n'a pas de rapport avec la crise sanitaire... je l'avais déjà en tête avant, car je pense que le lavage en tunnel est une vraie tendance de fond dans notre secteur. »



Dans le centre Polwash, il y a eu une période de fréquentation très satisfaisante durant trois semaines, juste à la sortie du déconfinement.

## L'assureur des Centres de Lavage depuis 1999

### **Vous êtes exigeant pour votre centre, Soyez exigeant avec votre contrat d'assurance.**

**Centre 4 pistes à partir de 1300€ TTC / an \***

**Tarifs 2020 selon options et statistiques sinistres**



#### **DES GARANTIES ESSENTIELLES POUR VOTRE ACTIVITÉ :**

- choc de véhicule non identifié,
- vol des espèces et jetons,
- pertes d'exploitation dues à la sécheresse,
- vol,
- vandalisme sur l'ensemble du site et également sur vos coffrets d'aspirateurs,
- bris de machines...

#### **DES GARANTIES DE BASE POUR VOTRE SITE**

**LA POSSIBILITÉ D'AJOUTER VOTRE FLOTTE DE VÉHICULES + les véhicules confiés pour lavage**

#### **UN SERVICE SINISTRE INTÉGRÉ**

**Nous vous garantissons un tarif sur mesure en fonction de vos besoins & les conseils d'un spécialiste du monde du Lavage.**



JBU assurances - 16 rue d'Isly - 87006 LIMOGES Cédex & JBU assurances - 35 allées Paul Riquet - 34500 BEZIERS  
station.lavage@assurancesjbu.com - www.assurancesjbu.com - 05 55 11 92 34

Groupe JBU Assurances & Courtage (nom commercial) : 16 rue d'Isly BP 30234 - 87006 LIMOGES Cedex est composé de la SARL ASSURANCES BOST UHLEN - bost-uhlen@aviva-assurances.com - Immatriculation au RCS Limoges 799888672 - Capital de 670000 € Agent Général Aviva - ORIAS 14001511 et de la SAS POLE ASSURANCES COURTAGE - bost-uhlen@assurancesjbu.com - Immatriculation au RCS Limoges 538620568 - Capital de 700000 € - ORIAS 15006186 (www.orias.fr) En cas de réclamation vous pouvez nous adresser un mail à bost-uhlen@assurancesjbu.com service réclamation ou par courrier Groupe JBU assurances service réclamation 16 rue d'Isly 87000 Limoges. Médiation Le Médiateur de l'Assurance est compétent pour intervenir sur tout litige n'ayant pu être réglé dans le cadre d'une réclamation préalable adressée à votre courtier. Il peut être saisi par l'un des moyens suivants : La Médiation de l'Assurance, Pole CSCA, TSA 50110 75441 Paris Cedex 09, ou par mail : le.mediateur@mediation-assurance.org. Plus d'information sur le site : www.mediation-assurance.org. JBU assurances est contrôlé par l'Autorité de contrôle Prudenciel et de Résolution (A.C.P.R) situé au 4 place de Budapest-CS 92459-75436 Paris Cedex 09.



Julien Ghosa de Jet Fun :  
« Pour nous, sincèrement, cette crise sanitaire n'a pas changé grand-chose. Et pour les clients, je crois que c'est pareil, vu leur comportement aujourd'hui. Je pense qu'ils vont même plus laver leur voiture, car ils n'ont pas pu le faire pendant près de trois mois ! »

**Julien Ghosa**  
**de Jet fun**  
un centre situé à Créteil, en Ile-de-France équipé de pistes haute pression

« Le centre est resté ouvert durant le confinement, mis à part la boutique que nous avons fermée car elle nécessite bien sûr du personnel. Nathalie et moi, qui sommes des salariés avons assuré la maintenance comme remettre des produits, et le suivi administratif. Soit deux ou trois heures de présence par jour. Bien sûr, on n'était plus en contact avec les clients. Et il y en a eu pas mal, en fait, qui sont venus.

On a réouvert comme à la normale depuis le 11 mai. La première semaine, on a fait un très bon chiffre. Et puis, il a plu, ce qui ne nous a pas aidé. Ensuite, on a enchaîné avec des travaux jouxtant notre centre... Maintenant, en juin, on a beaucoup moins de monde. Mais c'est logique avec les travaux de voirie qu'il y a à proximité, la circulation est compliquée...

« Ce qui est certain c'est, qu'à l'heure actuelle, nous avons perdu deux mois de CA. Et ce qui est perdu, l'est vraiment, nous ne le rattrapons pas » confie Maxime Bouguin.



Pour nous, sincèrement, cette crise sanitaire n'a pas changé grand-chose. Et pour les clients, je crois que c'est pareil, vu leur comportement aujourd'hui. Je pense qu'ils vont même plus laver leur voiture, car ils n'ont pas pu le faire pendant près de trois mois ! »

**Maxime Bouguin**  
**société IDM**  
un centre de lavage équipé des pistes haute pression et un portique, au Luc-en-Provence

« Pendant le confinement, je n'ai pas fermé, mais comme les clients devaient restés chez eux... Je n'ai eu que des professionnels pour clients alors : des chauffeurs de taxis et des garagistes. Autant vous dire que c'était très mou comme activité... Mais nous avons tout de même eu une dizaine de voitures par jour. Moi j'ai continué à assurer le service et maintenu en état et propre le centre. Je me suis aussi préparé pour le déconfinement.

Dès le 11 mai, j'ai enregistré une peu plus de passage. Ça s'est passé du jour au lendemain : la fréquentation a repris comme à l'accoutumée, comme un bon mois estival. J'en ai été étonné. Je pensais que ça allait mettre du temps à revenir à la normal... D'autant plus que je n'ai fait aucune communication particulière : les clients sont revenus d'eux-mêmes et en nombre, et sans plus de protection, de masques notamment, que ça !

Je ne suis pas certain que cette crise change beaucoup de choses dans notre secteur. Je pense qu'en peu de temps, nous allons retrouver la même situation qu'avant. Ce qui est certain c'est, qu'à l'heure actuelle, nous avons perdu deux mois de CA. Et ce qui est perdu, l'est vraiment, nous ne le rattrapons pas. Mon centre est déjà tout automatique, ma présence n'est qu'un « bonus », si j'ose dire,

pour mes clients ! Alors je n'ai pas d'avis sur le fait que cette crise va ou non, au final et pour le futur, favoriser les centres sans contact avec des machines autonomes ou presque. »

**Muriel Rogogne,**  
**gérante du centre**  
**esthétique**  
**automobile**  
**Elite Wash**  
en banlieue marseillaise, qui propose lavage et rénovation, et formation pro

« Dès le début du confinement, on a fermé le centre. On ne faisait pas partie des entreprises qui devions obligatoirement fermer, mais l'activité était réduite à zéro, on n'avait plus aucun appel de clients, alors... Durant cette période, on a réfléchi à modifier notre organisation à l'atelier, notamment spatiale, parce que ce moment si particulier a aussi correspondu pour nous au renouvellement du bail de notre implantation. On a donc entamé des négociations avec le propriétaire du terrain. On a aussi pensé à nous orienter un peu vers les machines ainsi qu'à une zone dédiée pour les désinfections. Mais sur ce sujet, finalement, nous n'irons pas plus loin : en fait, la demande est assez insignifiante à l'heure actuelle, ça ne serait pas judicieux pour nous d'investir dans ce domaine.

On a repris un peu avant le 11 mai parce qu'il y avait à nouveau de la demande. C'est mon mari et notre salarié qui ont réinvesti l'atelier. Moi, je suis restée à mon domicile, car je pouvais télétravailler pour tout ce qui relève de l'administratif ou de l'organisation. On a effectivement repensé les choses en intégrant le plexi, la visière, le gel, la salle d'attente... Bref, on s'est adapté. Je me suis rendue compte



que pour une partie de mon travail au moins, tout ce qui concerne l'administratif, la comptabilité, la gestion, le planning... je n'étais pas obligée d'être au centre. Même si quand j'y suis, j'y vois vraiment aussi un intérêt, car cela permet tout de même un meilleur accueil des personnes de passage...

A la reprise, on a servi des professionnels et des particuliers. Et en nombre dès la réouverture : la première semaine a été très chargée et ça a continué jusqu'à maintenant, fin juin. On ne sent pas de tassement de la fréquentation pour l'instant. Pour ce qui est des services achetés pas les clients, il n'y a pas de changements avec avant la crise. Mis à part tout de même les prestations de fond, d'envergure, comme la rénovation de carrosserie... Celles-là sont plus

demandées aujourd'hui que d'habitude. On a fait un meilleur mois que l'année passée sur ce créneau. Les clients ont sans doute reporté leurs besoins en la matière à après le confinement et ils arrivent tous maintenant. En tous les cas, on ne sent pas de préoccupations financières chez nos clients pour le moment.

Ce que je retiendrai de cette crise, c'est une vraie prise de conscience globale. Pour la première fois, on a été dépendants, complètement, d'éléments que l'on ne maîtrisait absolument pas, sur lesquels on ne pouvait pas influencer : cette pandémie inattendue et les règles sanitaires strictes édictées par le gouvernement nous ont contraints comme jamais. C'était assez angoissant, je trouve, de ne rien pouvoir faire. D'ordinaire,



nous, on estime ne dépendre de personne et de rien pour avancer et là... on n'avait jamais vécu ça. Et puis, le manque de visibilité aussi ma marqué ; on était dans l'impossibilité de se projeter ! Assez perturbant comme position... Ce que j'espère, c'est que la fréquentation actuelle va se maintenir. Et qu'elle ne sera pas entravé par un rebond de la pandémie... »

Muriel, gérante du centre Elite Wash : « Je me suis rendue compte que pour une partie de mon travail au moins, tout ce qui concerne l'administratif, la comptabilité, la gestion, le planning... je n'étais pas obligée d'être au centre. »

MARIE MARTIN

**FLOWEY**® 

INNOVATION ■ QUALITY ■ EFFICIENCY

4 SEASONS = 4 PARFUMS AGRÉABLES

## FAITES DU MARKETING OLFACTIF!

- Avec des produits fortement parfumés  
Et augmenter la rentabilité de votre centre de lavage avec nos produits **FORTEMENT CONCENTRÉS !**



CONTACTEZ-NOUS POUR PLUS D'INFORMATIONS:  
info@flowey.com - Tél.: +352 33 52 50 - [www.flowey.com](http://www.flowey.com)



expo  
**MECÂNICA**  
20

PAVILLON 4  
STAND D11



Simple, efficace et pour le moins admirable, le tout nouveau site de lavage Car Wash à Rethel (Ardennes) a tout pour être une réussite. Pour mener à bien ce projet, Gregory Boquet a travaillé avec Christ qui a fourni ses structures et équipements dernier-cri.

**C'**est à l'occasion de sa journée « Portes ouvertes » de ce site de lavage que nous nous sommes rendus à Rethel, ville des Ardennes d'environ 8 000 habitants, située au Nord de Reims et au Sud de Charleville-Mézières...

Direction le rond-point menant à la route de Novion via la D985. Le centre « Car Wash », accessible directement du grand rond-point, est implanté tout près du centre commercial Carrefour Rethel... Selon Grégory Boquet, depuis quinze ans dans le lavage, la tâche n'a pas été des plus simples... « Cela paraissait pour certains surprenant

*de voir un site de lavage aussi près d'un rond-point, mais il fallait bien qu'un jour ce soit possible ! Ce fut, disons, ardu. Ce n'était pas tant le projet en lui-même, car je savais exactement ce que je souhaitais comme type de site de lavage avec ses différents équipements, il a fallu convaincre certaines personnes de sa faisabilité. »*

Préférant n'en dire plus, on peut imaginer les obstacles classiques : complications administratives, plans différents, aménagement tout autre du terrain actuel, etc., des obstacles que Grégory Boquet a pu surmonter grâce à la clarté de ses arguments et il a été convain-

cant. Avec les quinze ans d'expérience dans le lavage, il aurait été incompréhensible que ce projet ne puisse pas voir le jour. Il a fallu tout de même trois ans, comprenant démarches, permis, construction, sans oublier la récente crise sanitaire qui a tout bloqué.

### Signé Christ et Boquet

Tout l'installation (structure, deux pistes HP, deux autres pour des rouleaux Varius 1 + 1, local technique, aire d'aspirateurs avec centrale d'aspiration et abris) est signée Christ, mais aussi Boquet : « Je suis client Christ de longue date et "ambassadeur" de la marque, poursuit Grégory Boquet,



# Dans les Ardennes, du lavage exemplaire !



*je connais la qualité de leurs produits, mais j'avais décidé pour le site de Rethel d'en faire un d'excellence, peu importe le prix. »*

Dans une autre vie il a été réparateur de presses, mais un jour il a décidé de changer de métier : « Cela devenait un métier comportant des risques. Un ami qui travaille dans le lavage m'a dit qu'il y avait de l'avenir dans ce secteur et il n'avait pas tort. Il se trouvait que nous avions deux sites de lavage à Rethel totalement à l'abandon. Je les ai rachetés. Tout a été rénové et c'est reparti parce

*que je me suis impliqué. Avec mes connaissances en mécanique, l'aide de mon père également dans l'automobile (garagiste), j'ai beaucoup appris ». Aujourd'hui, il a trois sites.*

## Conseils et réponses

Lors de ses portes ouvertes, fin juin, c'est Grégory Boquet qui conseille ses confrères et leur montre en détail son projet et répond à

Le tout nouveau centre Car Wash à Rethel est géré d'une main de maître par Grégory Boquet. Ci-dessus, le site de nuit visible de très loin grâce à la disposition de l'éclairage.







Ci-dessus, les pistes HP séparées de baies vitrées et à droite, le pistolet vert « Bubble gun » pour répandre la mousse active (antidémoustiquant entre autres)...

Borne de la piste HP et détail du code couleur pour chaque étape de lavage.



toutes les questions : « Pourquoi ce choix, plutôt qu'un autre ? ». Une discussion prend forme sur l'aire d'aspiration, la position des tuyaux y est par exemple débattue...

Au milieu de professionnels qui s'étaient déplacés pour découvrir le nouveau site Car Wash (Cyrille Baliki et Jean-Marie Widehem entre autres), de nombreux clients arrivent, en particulier des femmes : « J'ai une importante clientèle féminine, confie Grégory Boquet, je pense qu'elles se sentent rassurées... ». Nous lui précisons que c'est sans doute aussi à cause de la propreté ; il répond qu'il a investi notamment dans



une balayeuse mécanique fabriquée en Italie qui fait un travail remarquable. Il suffit de pousser l'engin et il récupère petits objets et saletés qui traînent et fonctionne sur le même principe que notre balai « Bissel ».

### Aucune accumulation d'eau !

Le site a été conçu pour qu'aucune flaque d'eau ne s'accumule, chaque piste ayant été réalisée avec une surface ayant une certaine inclinaison pour dégager au plus vite eau usée et produits. Le site est doté du système Fontis de Christ, révolutionnaire, qui permet de recycler l'eau (pistes HP et portiques) avec le principe du recyclage par « cascade » et filtration affinée. 30 m<sup>3</sup> / heure peuvent ainsi être recyclés, puis reversée dans l'alimentation en eau des portiques. Le centre a aussi recours à une eau traitée.

Le grand local technique, qui fait la taille d'une piste, est sur deux niveaux. Voulu ainsi pour plus de volume, d'espace de travail et de disposition des équipements (cuves, pompes, produits...).

Il y a deux pistes haute pression avec un espace pour une troisième,

et deux autres avec rouleaux. Ces derniers sont les nouveaux Varius à deux châssis. En tant qu'installation double, cette station de lavage dite « coéquipier » dispose d'un portique pour le séchage et un pour le lavage à la brosse. Grâce à cette distribution, il est possible d'effectuer en parallèle plusieurs fonctions en un passage. De cette manière, un lavage à la mousse active, le lavage à la brosse, la cire de séchage et le séchage sont, par exemple, réalisés en deux passages uniquement. La chimie est également bien répartie avec cette configuration.

Les sècheurs spéciaux avec une puissance de séchage d'un total de 16 kW permettent même d'éliminer l'eau sur les véhicules en un seul passage de séchage. Bien évidemment, Car Wash a adapté les programmes selon ses besoins ; sur l'affiche à côté de l'arceau présentant toutes les fonctionnalités et les instructions et recommandations, il est proposé 7 programmes avec, pour chacun, le tarif et ce qui est inclus. Premier prix d'appel : 6 euros (comprenant le séchage).

Sur le premier châssis du Varius, deux écrans led permettent de guider le conducteur pour placer son véhicule avant tout démarrage du programme, les écrans sont également personnalisables pour





## VARIUS 1 + 1 : UNE NOUVEAUTÉ TRÈS TENDANCE

La station Varius 1 + 1 combine plusieurs fonctions, ce qui est une garantie d'un lavage impeccable.

Le principe de fonctionnement du Varius 1 + 1 est le suivant, chaque châssis pouvant se déplacer de manière indépendante :

**Étape 1** – Le véhicule se positionne avant le portique de séchage. Le portique de lavage se trouve en position initiale derrière.

**Étape 2** – Le portique de séchage se déplace en position d'attente à l'entrée du hall. En fonction de l'équipement, le lavage haute pression et l'application de la mousse sont effectués pendant la course.

**Étape 3** – Le portique de lavage en aval démarre en même temps que le lavage.

**Étape 4** – La cire de séchage ou de conservation est appliquée en plus lors de la marche arrière du portique.

**Étape 5** – Le portique de séchage en aval démarre avant la fin du lavage. Pour optimiser le temps, le séchage du véhicule est effectué en une seule opération !



communiquer des messages et des promotions par exemple.

Au sol, un éclairage led de plusieurs couleurs défile pour aider le conducteur à se positionner. D'ailleurs, Grégory Boquet a voulu que toute sa station puisse être éclairée, et les panneaux (dits « acrotères ») en partie supérieure indiquant le nom du site et l'inscription « Christ Wash Systems » sont visibles de jour comme de nuit : l'éclairage a été aménagé de manière à ce qu'il projette une lumière intense dans les panneaux recourbés vers l'intérieur...

Autre innovation : Car Wash a intégré l'éclairage « Wash Vegas » qui consiste à illuminer un poteau. « J'ai voulu pour ma station verte et noire des poteaux peints en

noir, éclairés led, explique Grégory Boquet, pour que ce soit joli à regarder, car le noir ça a aussi une certaine classe... »

Sans être clinquant, le centre de lavage Car Wash est très visible de loin et on a envie d'y venir : « Je compare une installation de lavage à une salle de bain : on y vient pour se laver, tout doit fonctionner impeccablement, ça doit être propre, et il faut que le client reparte satisfait, analyse Grégory Boquet, une station où on ne trouve pas ces critères va très rapidement faire parler d'elle en mal. A la longue, le bouche à oreille peut tuer un business, comme, au contraire, le rendre rentable. »

Côté haute pression, la simplicité et le pratique sont de rigueur.

Séparées par des vitres, elles disposent d'une borne avec un code couleur, vert, rouge et bleu : ce qui correspond au pré-lavage avec le pistolet « Bubble gun » vert (mousse et cire), la brosse pour enlever les dépôts (brosse douce et naturelle de couleur rouge) et le jet de haute pression (bleu). Les bras articulés des tuyaux aménagés au-dessus (la hauteur autorisée ici est de 3,20 m maxi) sont décalés de manière à ne jamais se mêler.

La borne avec des boutons correspondant aux fonctions (avec code couleur aussi) ainsi qu'un panneau d'information précisent chaque étape pour un lavage à la lance réussi. L'eau, bien entendu, s'écoule au centre de la piste, sans jamais s'accumuler. Très important également à souligner : les diffé-

Une fois le véhicule bien placé (via des infos des écrans led), le client se retrouve devant cette grande arche l'informant des différentes prestations (photo du haut), les tarifs étant indiqués en haut à droite de la borne. Le portique Varius 1 + 1 entre ensuite en action. Après le pré-lavage, les brosses à l'avant se mettent à tourner en épousant la forme de la carrosserie, et en même temps des jets d'eau puissants démarrent sur le 2<sup>e</sup> châssis Varius... S'en suivent cire, polish, séchage...





Photos du haut, le local technique aussi large qu'une piste, pour y entreposer équipements et produits... Ci-dessus, l'aire d'aspiration et à droite, une démonstration avec le système de tuyau avec poulie. Une fois le passage terminé, le tuyau se rétracte pour éviter tout contact avec le sol.

rentes options proposées par la borne de programmes se font aussi vocalement. Cette option appelée « Voice assist » constitue un atout majeur dans l'aspect « Premium » de la station. Le « Voice assist » permet de mieux informer le client. Cette fonction, très utile et pratique, permet de mieux guider le client lors de ses étapes de lavage : chez Christ, on n'a pas pensé qu'aux tuyaux et aux codes couleur ! Un assistant est une garantie d'un lavage réussi !

### Tuyaux avec poulies

En ce qui concerne l'aire d'aspiration, elle est vraiment optimale, grâce tout d'abord, à la disposition

des tuyaux qui ne traînent pas au sol grâce à une poulie de renvoi. Située à droite dans une immense armoire, on trouve la turbine, les connexions électriques et la poubelle sur roulettes. Celle-ci, par simple action du pied sur un levier et sans aucun effort, se désolidarise de la turbine pour être vidée. Très simple d'utilisation. D'autre part, la turbine, placée loin des tuyaux, fait peu de bruit. Le tuyau, en haut, « suit » les mouvements. Les abris de couleur vert, signés Abri et Technologie protègent de la pluie ou du soleil.

Enfin, l'aménagement du site fait qu'un client sortant d'une des pistes ne se croise pas avec un autre, l'espace étant important pour manœuvrer les véhicules.

De même, à l'entrée, une ligne blanche au sol indique le lieu d'attente soit pour la piste HP, soit pour les rouleaux.

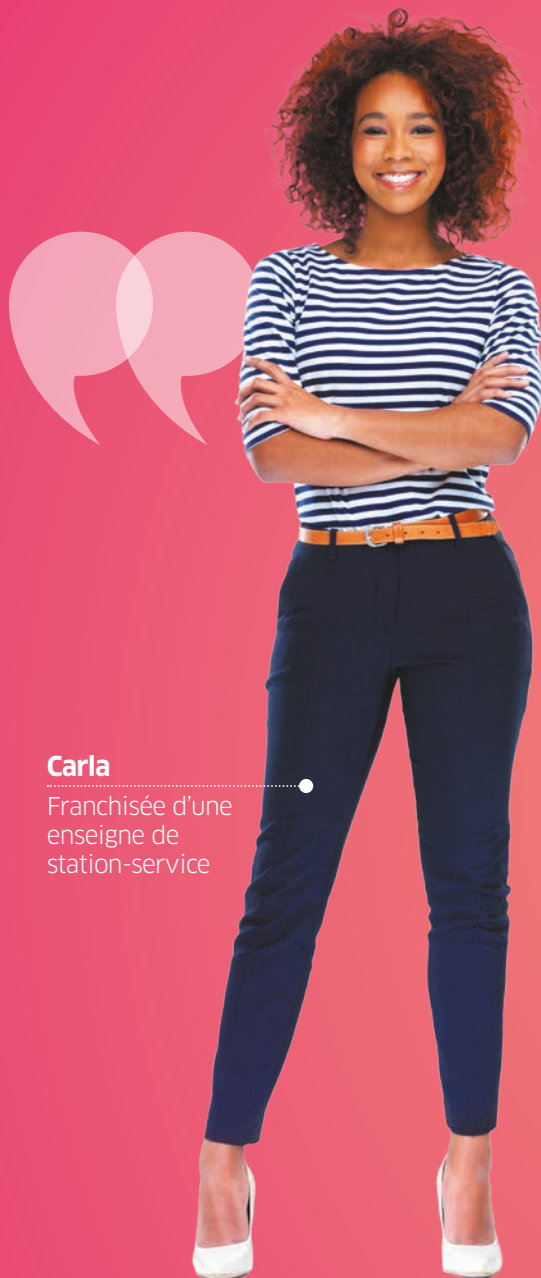
Pour payer c'est aussi très simple : la borne EAS Cap Monétique accepte cartes bancaires, pièces et billets pour obtenir des jetons. Car Wash a également ses cartes d'abonnement pour régler l'ensemble des services sur son site.

Un centre de lavage intelligemment aménagé, fruit de plusieurs années d'expérience. Le succès est au rendez-vous.

FRANÇOIS GILBERT



**Créer son entreprise, à tout âge et pour tous les budgets !**



**Carla**

Franchisée d'une enseigne de station-service

**Un maximum  
d'idées et  
de conseils  
pour créer  
mon  
entreprise**



**ATTENTION ! ÉVÉNEMENT  
DE MARS 2020 REPORTÉ À  
CES NOUVELLES DATES**

**4-7 OCTOBRE 2020**

PARIS - PORTE DE VERSAILLES

**C'est là que votre avenir se décide !**

Le salon avec le plus large choix : 350 enseignes // Plus de 80 nouveaux concepts chaque année // 100 conférences et ateliers gratuits  
Des professionnels du financement et des conseils d'experts pour faire avancer votre projet

Commandez votre badge sur [www.franchiseparis.com](http://www.franchiseparis.com) avec le code PRA2RT

Tarifs disponibles sur [franchiseparis.com](http://franchiseparis.com)

Une manifestation :



Organisée par :



Avec le soutien de :



CADREMPLOI



LE FIGARO

franceinfo:

# Faire savoir son savoir-faire !



Commercer, c'est communiquer. En vrai, en « présentiel » comme l'on dit aujourd'hui, mais aussi à distance, par le biais de lettres, courriels, appels téléphoniques, réseaux sociaux... Bref, tout un panel d'outils s'offre à vous pour informer vos clients. Petit tour d'horizon.

## Se préoccuper de la communication externe comme interne

A noter avant tout, la coexistence de deux types de communication pour une entreprise : la communication externe vis-à-vis des clients finaux et de ses partenaires, et la communication interne vis-à-vis des collaborateurs (si vous travaillez en équipe). Cette dernière est assez spécifique, mais déterminante. D'abord parce qu'elle a des incidences directes sur la performance du centre : réassort des produits, maintien de la propreté, maintenance... Des informations que tous doivent connaître pour être efficaces, au final, ensemble. Elle est aussi primordiale, cette communication interne, parce qu'elle peut avoir des répercussions sur la motivation des col-

laborateurs : on se rapproche là du management. Elle est encore prédominante, parce qu'elle peut avoir des conséquences sur la communication externe, et nous revoilà sur notre sujet premier : que penserait, par exemple, un client qui demanderait des informations sur une promotion, un process de lavage... à un opérateur qui n'aurait pas été informé, qui n'en aurait jamais entendu parler, et qui donc ne pourrait pas renseigner le client ? Un manque de professionnalisme, un manque d'implication de l'opérateur dans son métier... quoiqu'il en soit, un résultat négatif.

## La communication directe

Vous la pratiquez déjà au jour le jour dans vos centres. Plus ou moins certes, selon que vous

estimez la présence humaine nécessaire ou non à l'efficace développement de votre activité. Vous connaissez déjà les principaux canaux de cette communication en direct : accueil du client, conseils, aide, conversation, au revoir... Et vous savez bien les doser selon le profil de chaque client : le bavard, le solitaire, le timide, le pressé, et d'autres





encore. Cette expertise, elle vous sert grandement pour la communication indirecte qui suit...

## La communication à distance

Son atout, c'est de vous permettre de toucher plusieurs, voire de très nombreuses, personnes à la fois. Elle vous aide à faire connaître vos prestations et votre marque. Aujourd'hui le consommateur a, pour le moins, le choix dans le secteur du lavage auto. S'il ne connaît pas votre centre, il y a peu de chance qu'il tombe dessus par hasard. Alors, il vous faut le mettre, avant même qu'il n'y soit physiquement, « sous son nez », en quelque sorte. Et c'est là, bien sûr, que la communication à distance intervient. Elle représente un travail au long cours et ses retombés ne sont pas toujours aussi immédiates qu'espérer, mais elle paraît indispensable, que ce soit pour lancer, relancer, ou pérenniser une activité commerciale.

## La marque pour votre image globale

Valoriser suffisamment une prestation pour qu'elle puisse convaincre et soit achetée sans hésiter, c'est déjà pour vous beaucoup d'efforts à mener. Alors, si vous devez les

renouveler à chaque fois pour mettre en avant chacun des programmes, services, que vous allez proposer, cela peut devenir épuisant... Pourquoi alors, ne pas capitaliser sur le passé, sur ce que vous avez déjà construit comme offre, pour promouvoir le présent et le futur ? Pour ce faire, il faut concevoir vos prestations comme appartenant à une même famille. Ainsi, quand vous communiquez sur un de ses membres cela met aussi en valeur les autres ! C'est le principe de la marque.

## De la rigueur pour une communication efficace

C'est aussi pourquoi, elle doit être associée à un nom signifiant et un logo marquant, tous deux positifs voire attractifs, et correspondant aux valeurs de votre entreprise, à ce que vous voulez mettre en avant, avant tout, de votre activité : dynamisme, élégance, haut de gamme, simplicité... Le tout doit être repris dans tous les outils de communication sans exception. Si tel n'était pas le cas, place serait laissée, chez le client, au doute, à l'hésitation... qui sont ennemis de l'identification claire et précise, et donc de la consommation sans questionnement. Bien entendu, votre marque peut évoluer au fil du temps : elle le doit d'ailleurs pour ne pas appa-

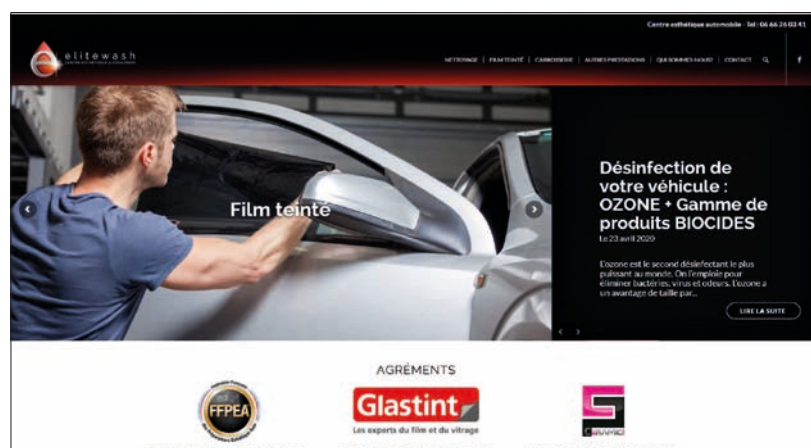


raître comme dépassée. Mais son évolution doit se faire pas à pas, pour ne pas perdre la clientèle. Ou, si elle est menée de façon radicale, cela doit correspondre à votre volonté de changer de cap.

## Afficher votre identité

A l'heure de la traçabilité à tout crin des produits et services, nul doute que vous mettre en avant vous et votre savoir-faire est efficace pour emporter l'adhésion à votre marque. Mettez-vous à la place de votre client : n'appréciez-vous pas de savoir à qui vous avez à faire quand vous dépensez pour un produit ou un service ? Votre réponse, vous pouvez la donner à vos clients sous forme de petite histoire, la vôtre bien

Pour bien tout contrôler, il ne faut pas hésiter à établir un plan de communication qui permet de synthétiser les diverses opérations prévues : les cibles et canaux, le planning de leur déroulement ainsi que le budget consacré.



A gauche, le site internet Polwash, à droite celui d'Elite Wash. Le site web est la vitrine de la carte d'identité en ligne. Mettre en avant son savoir-faire est efficace pour emporter l'adhésion à sa marque.

sûr, en n'omettant aucun détail étonnant, si vous en avez. Vous le faites déjà sans doute, peut-être même sans le savoir, si votre activité existe depuis des générations, car l'ancienneté de votre centre est déjà ponctuée certainement de « rebondissements » (travaux, agrandissements, anecdotes amusantes, événements imprévus...). Si vous êtes récemment implanté, aucune obligation pour vous de rester sur ce registre « historique » lié à votre centre.

### Raconter votre marque

Par exemple, si vous avez ouvert votre centre depuis peu et qu'il s'agit d'une reconversion, pourquoi ne pas faire valoir votre détermination, vos expériences dans votre première vie professionnelle puis votre manière de vous adosser aux acteurs du lavage pour vous lancer... Bien sûr, ces éléments d'informations plus personnelles intéresseront, amuseront, vos clients les plus fans « d'humain » en centre, les « bavards » au premier chef. Mais ne minimisez pas l'intérêt que peuvent y porter aussi les autres (les pressés, les solitaires...), même s'ils semblent ne pas y prêter attention. Savoir à qui l'on s'adresse, à qui l'on achète, rassure le client et cela crédibilise le vendeur. Pour compléter cette valorisation de votre identité de marque, n'oubliez pas bien sûr, d'afficher très clairement et visuel-

lement les normes de qualité ou les distinctions que vous avez pu recevoir, ou votre appartenance à tel ou tel club, structure professionnelle... bref, tout ce qui peut vous valoriser aux yeux de vos clients.

### Une stratégie à suivre

Une fois que vous savez ce que vous voulez transmettre comme message vous concernant, votre centre et vous, il faut diffuser les données qui en découlent aux bonnes personnes. La 1<sup>ère</sup> cible de vos efforts de communication, la plus large aussi, c'est le grand public : clients actuels et espérés, particuliers comme professionnels. Ensuite, s'ajoutent vos contacts intégrés au secteur du lavage : fournisseurs et partenaires financiers surtout. Pour chaque cible, vous devez communiquer sur un ton, une durée, une dimension, une fréquence différente. S'il y a quelques décennies le consommateur pouvait être pris dans une grande globalité, une « masse », à l'image de la « consommation de masse » des trente glorieuses, cela semble de moins en moins valide. Vous le savez, on ne vend pas aujourd'hui la même prestation, au même prix, au même moment, à la même fréquence... à tous ses clients ! Entre une personne âgée et un jeune cadre, rien de commun en termes de comportements d'achat. Et pour être davantage proche de la réalité, il y a encore des différences entre une personne âgée avec chien ou avec petits-enfants, et au début ou la fin des vacances ! Bref, même avec des fichiers précis de clients, caractérisés, vous ne serez pas au bout de vos peines... Fichiers qui sont néanmoins nécessaires pour défricher cette jungle des profils de clients, et donc cette profusion de formats de communication à créer.

### Des cibles et des canaux de communication à choisir

Pour vous simplifier la vie, il vous est nécessaire d'établir des priorités dans vos cibles. Mener tout de front n'est pas le plus efficace, car le risque d'éparpillement est fort. Mieux vaut sans doute procéder cible après cible... d'autant plus que les moments propices à la communication vers telle ou telle cible ne sont pas les mêmes. La rentrée scolaire, par exemple, ne représente pas la même intensité en termes d'activité pour des parents ou pour des seniors. Il faut aussi choisir les canaux de communication les plus adaptées à la cible sur laquelle vous voulez travailler : les réseaux sociaux professionnels pour vos clients pros, les flyers pour vos clients grand public... quoi qu'il en soit pour bien tout contrôler, n'hésitez pas à établir un plan de communication : il recense les diverses opérations prévues avec les cibles et canaux précisés, le planning de leur déroulement, et le budget imparti.

### À chacun sa communication

Pour ce qui est du fond, le message doit toujours apporter quelque chose à la cible : clair, rationnel, argumenté, rassurant... S'il est sans objectif, il peut ennuyer celui qui le reçoit. Pour la forme, si elle doit, bien sûr, rester en cohérence avec les valeurs fondamentales de l'entreprise, il ne faut pas hésiter à la concevoir attrayante, audacieuse, ludique, immersive, marquante, créative... D'autant plus à l'heure actuelle, puisque la profusion dans le domaine de la communication est la règle, et que c'est l'insolite qui permet de se démarquer, et a les faveurs du public pour l'heure. Prenez

Afficher les distinctions reçues, ses années d'expérience contribue à la valorisation de son identité.







donc en compte le potentiel de la surprise ! Comme vous n'avez pas forcément les moyens, ni les compétences, ni le temps de faire dans le luxe, stimulez votre imagination pour produire de l'inattendu. Quoi qu'il en soit, attention tout de même à bien doser votre communication : il serait contre-productif qu'elle soit sentie comme du harcèlement !

## Quelques canaux et outils

Le papier, parfois vu comme ancien, ne doit pas être négligé, car il a de vrais atouts pour une communication de proximité et éphémère notamment. Tract, plaquette, dossier de présentation, affiche, publicité dans des magazines... le panel est large. Tous ou presque peuvent avoir une version numérique qui permet de faire des économies sur le coût d'impression. Côté digital justement, le site web vitrine est votre carte d'identité en ligne. Ensuite vous pouvez utiliser internet pour organiser des événements ou concours, faire du mailing, créer un blog ou une application, animer une communauté

autour de votre marque digitale par le biais des réseaux sociaux Facebook, Twitter, LinkedIn Viadeo, Pinterest, Instagram, Youtube... Les relations médias permettent d'intéresser les influenceurs sur papier ou en ligne à votre activité. Mieux vaut sans doute passer par une agence de relations presse qui sait faire, et, surtout, dispose des contacts. Ainsi avez-vous plus de chances d'apparaître dans des magazines ou sur des sites web par le biais d'articles ou de citations.

## Évènements et partenariats

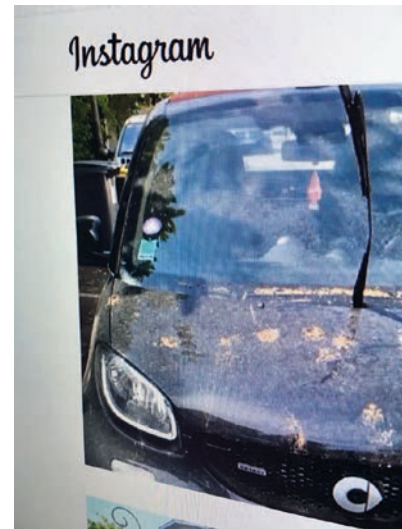
Dynamique et vivante est la présentation de vos prestations par l'intermédiaire d'évènements : vous pouvez en organiser lors de lancements d'offres promotionnelles, de mises en place ou inauguration de nouveaux matériels, de journées spéciales en association avec vos partenaires, de manifestations créées avec vos voisins géographiques... Ces événements peuvent avoir lieu dans vos locaux. Mais vous avez aussi la possibilité de participer à des manifestations, fêtes

commerciales, salons professionnels délocalisés par rapport à votre implantation. Il vous faut alors reprendre les outils de communication classiques pour vous y vendre et y être efficacement représenté. Ces événements sont aussi une source de matériel pour votre communication en globalité : photos, vidéos, textes sont créés pour l'occasion, et ils sont réutilisables la plupart du temps pour d'autres campagnes de communication. Même idée pour tout ce qui concerne le parrainage sportif, ou le mécénat culturel : vous affichez ainsi votre image en l'associant à un élément extérieur à votre activité, mais en lien avec vos valeurs toujours et encore !

## A noter

Pensez aux professionnels de la communication et du marketing : ils connaissent les limites, et ils peuvent vous faire économiser du temps, car bien communiquer implique investissement et suivi. Certaines agences de communication s'adressent aux TPE, et offrent des services ponctuels ou adaptés aux petits budgets.

**MARIE MARTIN**



En haut à gauche : événement à Self Lav'auto (Marseille), organisé par Marc Santène.

Communication sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Youtube..., les outils sont nombreux.





**Pour toute information, n'hésitez pas à contacter :**

Otto Christ AG • Wash Systems

N° tél. AZUR 0810 00 22 92 • Fax 0810 00 22 93

france@christ-ag.com • [www.christ-ag.fr](http://www.christ-ag.fr)



More than  
**CAR WASH**



**CADIS**, a star is born.

**Christ+**  
WASH SYSTEMS



# Conçues pour les pros du lavage !



Abri Expert est le spécialiste en France de la structure métallo-textile sur-mesure et la possibilité de solutions « clé en main » avec la prise en charge du projet, des fondations à l'installation... Une gamme complète de modèles à 2 ou 4 poteaux, équipés de toile polyéthylène ou PVC, permettant de répondre à toutes les problématiques des centres de lavage et d'aspiration. Mais surtout, ces structures ont été spécialement conçues pour les professionnels du lavage.

Didier  
Das Neves,  
cogérant  
d'Abri Expert.

**A**bri Expert a déjà réalisé plusieurs dizaines de projets dans la région Grand Est, sur des sites de lavage (portiques, aire d'aspiration, jets haute pression) mais aussi

pour le compte de nombreuses collectivités. Depuis maintenant six ans, la société fabrique et installe ses propres abris, solution idéale pour protéger les personnes et les biens sur les sites





les plus exposés aux intempéries (vent, soleil, pluie, neige) et nécessitant une qualité extrême pour subir les assauts des produits utilisés dans le lavage automobile...

Chez Abri Expert, vous aurez le choix entre deux types de couverture : la membrane PVC que l'on trouve couramment, y compris dans les centres de lavage, ou la toile Polyéthylène que vous ne trouverez que chez eux en raison de leur exclusivité nationale.

Vous connaissez déjà sûrement les nombreux avantages d'une toile PVC : solidité, entretien facile, excellente résistance aux UV, personnalisation, etc. Mais saviez-vous que la toile Polyéthylène offre d'autres atouts tout aussi intéressants : une résistance accrue aux intempéries, une protection aux UV supérieure ou encore une plus grande longévité ? Direction la région de Nancy pour en savoir plus sur cette toile. Rendez-vous est donc donné chez un client sur l'un



des quatre sites d'Aqua Lavage appartenant à Michel Borens, plus précisément celui situé à Essey-lès-Nancy. Didier Das Neves, cogérant d'Abri Expert avec son frère Michel, nous accueille pour nous présenter sa dernière grande réalisation, la couverture de deux portiques Lavance chez Aqua Lavage.

A gauche, l'installation récente d'Abri Expert chez Aqua Lavage dans la région de Nancy. Ci-dessus, détails de la toile en polyéthylène avec ses supports.

## Toile unique

Une partie de ce site est recouvert de toile polyéthylène, l'un des rares sites pour le moment à être déjà équipé de cette fameuse toile, une exclusivité pour la France. « Si j'avais à décrire la toile polyéthylène, ce serait un peu comme une matière de type toile tissée, avec une armure du tissage en chevron, l'un des tissages les plus résistants, décrit Didier Das Neves, mais en plus



# MATÉRIEL

## Structures métallo-textiles d'Abri Expert

Crédits photos : F Gilbert, Abri Expert / X D.R.

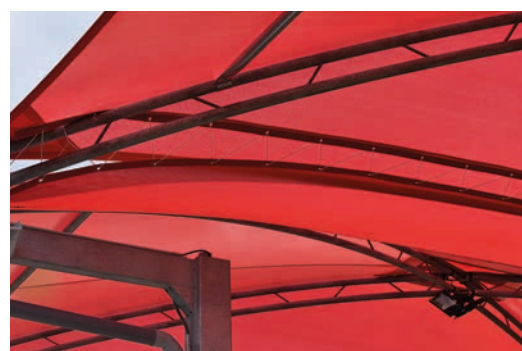
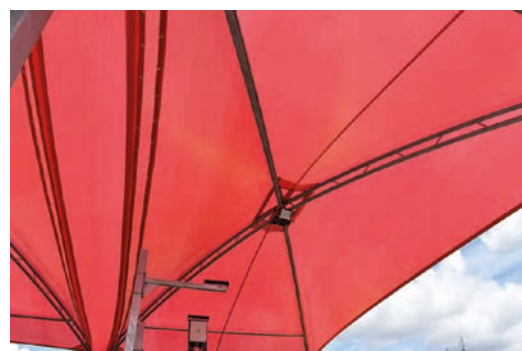


A gauche, vue du poteau central, vissé solidement au sol, sur lequel viennent se reposer les arceaux qui ont été doublés pour plus de résistance, notamment au vent (photos à droite).

Ci-dessus : la toile d'Abri Expert en polyéthylène est idéale pour recouvrir des portiques de lavage. La protection du matériel de lavage est un atout de cette toile souple et résistante.



*réussi. Son maillage exceptionnel, dont la fabrication est réalisée en Afrique du Sud, en fait une toile extrêmement souple et résistante. Et si vous choisissez la couleur rouge comme ici chez mon client, à la longue, la tenue dans le temps est meilleure qu'avec la toile PVC. Par ailleurs, on obtient 95 % de protection aux rayons ultra-violet, contre 92 % avec la toile PVC.*



*Parmi les nombreux avantages de cette toile polyéthylène ce qui est très frappant c'est sa luminosité. Le retour de nos clients nous confirme qu'il est très agréable d'y travailler dessous. L'apport esthétique est aussi très important : les reflets brillants et changeants que ce matériau renvoie sont un plus indéniable et renforcent le caractère singulier de nos installations.»*

Pour cette aire comportant deux portiques à rouleaux côte à côte, un travail méticuleux d'avant réalisation a été nécessaire pour tenir compte de la hauteur des appareils afin d'assurer leur maintenance, les dimensions de l'aire en question et le passage des véhicules pour qu'il n'y ait aucun obstacle... « Pour ce projet, on a en quelque sorte planté notre abri



## ABRI EXPERT : MOULT POSSIBILITÉS

Parmi les activités d'Abri Expert, outre la réalisation de nouveaux projets, il y a la réparation et la rénovation du parc existant et ses abris endommagés.



A gauche, le site d'Aqua Lavage avec la toile en polyéthylène. Ci-dessus et ci-dessous, exemples d'abris prenant peu de place pour des aires d'aspiration.



Abri Expert propose une grande palette d'équipements pour personnaliser et améliorer votre abri. Parmi eux, le marquage de votre logo, la signalétique, l'éclairage led, le système de récupération d'eaux pluviales, le thermolaquage. Ou encore les équipements annexes (tape-tapis, poubelles, etc.). Et bien plus encore à découvrir sur leur site internet.

De plus en plus de gérants choisissent de rénover leurs abris existants, « C'est en effet une tendance que nous constatons. Les gérants réalisent qu'une protection de leurs différents matériels de lavage, bornes de paiement, aspirateurs, etc. avec nos abris constitue la meilleure solution pour éviter leur dégradation. Le vent, la pluie, la neige et aussi le soleil accélèrent la vétusté » explique-t-on chez Abri Expert. Ajoutons aussi que ces éléments sont parfois les causes de pannes à répétition. Si Abri Expert propose le rempla-

cement d'anciennes toiles sur tous types de structures, la société se veut surtout force de proposition : « Il y a parfois des situations où nous pouvons véritablement améliorer le site, en redistribuant l'espace existant par exemple. Cette optimisation se traduira alors par un abri et un aspirateur en plus par exemple » enchaîne Didier DasNeves. « D'après les retours de notre clientèle, le flux de clients lavage augmente significativement suite à l'installation de nos abris, ce qui est excellent en définitive en termes de retombées. »

par-dessus chacun des rouleaux existants poursuit Didier Das Neves. Et pour qu'il y ait une unité entre les deux, les toiles ont été reliées avec une jonction réalisée sur mesure. »

### Poteaux, câbles, nacelles

Une fois les dimensions de la surface au sol calculées et les côtes de la hauteur de la structure définies, la réalisation sur-mesure de la structure et de la toile est confiée à leur partenaire exclusif, la société mère Sombras Perfeitas au Portugal. Conçue et fabriquée

dans leur usine équipée des dernières technologies en la matière, l'ouvrage est ensuite directement livré chez Abri Expert. Un ultime contrôle qualité est effectué, puis l'abri est livré et installé par leur équipe.

Pour l'installation d'Aqua lavage, il a fallu deux jours. « Au préalable, un maçon a préparé les bases sur lesquelles vont reposer 4 poteaux en acier galvanisé de 3,75 m de haut (épaisseur de 5 mm), disposant de 8 trous au sol pour les fixations. Sur chaque poteau, viennent se poser des traverses doubles pour supporter la toile et renforcer la structure rejoins par

une partie métallique verticale (c'est celle-ci qui s'intègre dans chaque poteau). Les poteaux et les diagonales sont ensuite boulonnés ensemble pour assurer le maintien. Et à chaque extrémité des diagonales, une partie métallique permet d'y arrimer le coin de la toile, par ailleurs renforcée. »

Le travail très délicat de la pose de la toile sur l'ensemble de la structure métallique peut commencer : le procédé est un peu comme une couverture classique, sauf que ce sont les câbles à chaque extrémité qui consolident l'ensemble... « Nous pouvons être amenés à utiliser dif-



L'abri d'Aqua Lavage répond à Eurocodes garantissant stabilité et dimensionnement des éléments de l'ouvrage.

*férents types d'engins de lavage selon la configuration du site et de l'installation commandée. Ici, nous avons utilisé une nacelle pour positionner parfaitement la toile, puis la tendre à l'aide d'un câble », commente Didier Das Neves. « Notre outillage spécifique nous permet de la mettre en place et de l'ajuster parfaitement. Nos fabrications permettent des réglages précis afin d'obtenir le résultat souhaité. »*

### Sécurité maximum

Pour résister à la pression maximale exercée par les rafales de vents venant s'engouffrer sous la toile, cette dernière se voit dotée sur sa partie supérieure centrale, d'une ouverture baptisée « valve de sécurité ». Mais ce n'est pas tout : deux double arceaux, reliés par des barres de maintien placées juste en-dessous sur la largeur de la toile, permettent également de jouer un rôle de résistance en cas de vents violents. « Le vent ne s'engouffre jamais de manière linéaire. La pression qu'il exerce peut s'appliquer en différents points structurels, de manière indépendante ou simultanée. En gros, que le vent vienne du dessous ou des côtés, la structure et la toile doivent être

*étudiées pour travailler ensemble pour être résistants », explique Didier Das Neves. C'est pour cela que le projet d'Aqua Lavage est estampillé « Eurocodes » (les « Eurocodes » constituent un ensemble de 58 normes européennes, ils permettent de garantir stabilité et dimensionnement des éléments d'un ouvrage...).*

### PVC, l'indémorable

La demande dans le milieu des professionnels du lavage et de l'aspiration reste encore très ancrée autour de la toile PVC, aussi bien pour de nouvelles installations que pour de la rénovation (remplacement des toiles). Pour Abri Expert, « Ce n'est pas le facteur prix qui doit guider le choix de l'utilisateur (la société pratique d'ailleurs la même politique tarifaire pour les deux solutions), mais plutôt la finalité et le résultat que l'on souhaite obtenir. Nous avons un large spectre de couleurs dans la gamme PVC que nous proposons. Les clients préfèrent généralement ce matériau car il se nettoie, mais sur la durée, et c'est logique, il se fragilise, ce qui n'est pas autant le cas de la toile en polyéthylène. Les deux produits ont leurs avantages et leurs inconvénients. C'est pour cela qu'en phase préparatoire, nous

*prenons tout le temps nécessaire pour bien conseiller nos clients et calibrer la solution la plus adaptée pour leur projet. Le retour d'expérience de nos clients est notre meilleur guide. »*

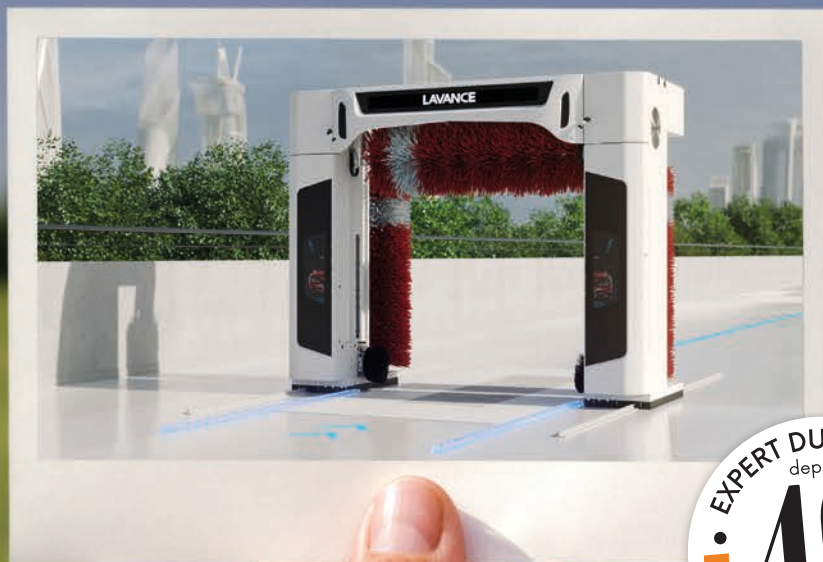
Depuis le déconfinement, les projets se succèdent et le succès ne se dément pas. Les clients ont le choix entre les modèles à 4 poteaux « Standard » et « Standard XL » (comme celui d'Aqua Lavage). Les versions « Shader » caractérisées par leur architecture à 2 poteaux déportés, libèrent idéalement l'emprise au sol et facilitent grandement les manœuvres des véhicules. Une solution idéale pour des sites ayant peu d'espace.

L'ensemble de la gamme se conforme aux normes Eurocodes assurant ainsi des équipements de qualité reconnue. « Tous les matériaux que nous employons respectent les normes de sécurité les plus élevées afin de pouvoir garantir nos produits jusqu'à dix ans. Nous croyons en l'innovation et la variété des modèles que nous développons » conclut Didier Das Neves. Un message qu'Abri Expert relaie également sur les réseaux sociaux !

**FRANÇOIS GILBERT**



# AVEC NOS EXPERTS, DONNEZ DE L'AVANCE À VOS PROJETS DE LAVAGE !



**Vente d'équipements de lavage** (portiques, haute pression, tunnels,...), **installation, maintenance et exploitation de matériels**. Nos équipes vous accompagnent dans  **votre projet de station de lavage auto et poids lourds** afin de vous donner une longueur d'avance pour développer votre activité lavage. Nos forces ? **La proximité, l'expertise et la réactivité. Présents depuis 40 ans en France**, nous pouvons tout imaginer pour construire à vos côtés une offre innovante et différenciante sur votre marché.

Contactez-nous : T 09 69 36 60 44 / [lavance@lavance.com](mailto:lavance@lavance.com) / [WWW.LAVANCE.COM](http://WWW.LAVANCE.COM)



EQUIPEMENTS

SERVICES

EXPLOITATION

NOS TALENTS VOUS DONNENT DE L'AVANCE

## Carburants : les prix se déconfinent

Avec le déconfinement progressif des Français, les prix à la pompe reprennent de la vigueur. Une lente remontée s'est observée en même temps que la demande se normalisait.

Au cours de la première semaine de juin, le gazole grimpait de 0,56 centime à 1,1910 euro le litre. Comme

le signalait le ministère de la Transition écologique et solidaire, cette reprise concernait aussi l'essence super sans plomb 95 qui bénéficiait d'un rebond de 0,59 centime au litre. Le SP95-E10 gagnait quant à lui 0,48 centime et le SP98, 0,45 centime pour un prix au litre de 1,3441 euros. La convalescence après l'épi-

sode de Covid-19 se poursuit cependant puisqu'au début juin, la demande en carburant reste bien en deçà des moyennes saisonnières. L'Union française des industries pétrolières estimait ainsi qu'elle demeurait inférieure de 20 à 25 % par rapport à la normale.

## Soutien à la filière automobile - Le plan qui propulse les véhicules propres

Le programme de soutien à la filière automobile annoncé par le gouvernement au sortir du confinement rebattra-t-il les cartes de la consommation de carburants en France ? Rien n'est moins sûr car parmi les primes et bonus accordés pour l'achat de véhicules électriques neufs ou de véhicules hybrides, nombre d'entre eux qui sont entrés en vigueur au 1<sup>er</sup> juin, prendront fin au 31 décembre 2020. Pour l'heure, un bonus écologique de 7 000 euros (contre 6 000 euros jusqu'à présent) est accordé pour l'acquisition d'un véhicule électrique neuf

tandis que l'achat d'un véhicule hybride rechargeable est gratifié d'un bonus écologique de 2 000 euros. La prime à la conversion, quant à elle, est augmentée à 3 000 euros et pourra être doublée pour les personnes habitant ou travaillant dans les zones à faibles émissions. Par ailleurs, est créée une prime pour la transformation d'un véhicule à motorisation thermique en motorisation électrique à batterie ou à pile à combustible.

Ces mesures ont avant tout pour objectif de soutenir la demande alors que de nombreux véhicules sont restés en stock chez les constructeurs automobiles pendant la durée de la pandémie. D'un montant total d'1 milliard d'euros, elles s'intègrent à un plan de soutien global de 8 milliards d'euros. « Aider les Français à changer de véhicule, aider les constructeurs à retrouver du volume » : les primes à l'achat de véhicules propres, une des mesures du plan de soutien à l'industrie automobile, constituent une offre « gagnant-gagnant », a déclaré Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'Etat à

l'Economie, avant d'apposer symboliquement à l'arrière d'un véhicule un macaron au logo « ce véhicule est propre, son prix baisse avec l'aide de l'État ». Saluées comme des mesures allant dans le bon sens, certaines ont été jugées insuffisantes par des élus. C'est notamment le cas dans les Hauts-de-France où des responsables politiques ont protesté contre l'exclusion des véhicules hybrides non-rechargeables de ce plan de relance des achats de véhicules. Selon eux, cette mesure restrictive pénalise le modèle Yaris (Toyota) fabriqué à Valenciennes.




Cependant, ces primes annoncées par le gouvernement ont dans leur ensemble rapidement porté leurs fruits. Le redressement a même été qualifié de « spectaculaire » par le ministre de l'Economie Bruno Le Maire, qui s'est félicité d'un « retour à la normale », en juin alors que les ventes s'étaient dramatiquement infléchies pendant les deux mois de confinement. Au mois de mai, le niveau de commandes n'atteignait que 10 % du volume de mai 2019.





## Du charbon de bois à la station

À l'approche de l'été, le groupe Thevenin & Ducrot, propriétaire de 409 stations-service à l'enseigne Avia, implantées dans l'est et le sud-est de la France vient de conclure un partenariat avec le Groupe Bordet pour distribuer ses produits de charbon de bois. Produit localement, ce charbon végétal, carboépuré, respectueux de la santé et de l'environnement est commercialisé dans un premier temps dans les réseaux de Bourgogne et de Paca.

<p><b>BORDET</b> un charbon végétal <b>PREMIUM</b> aux performances uniques.</p> 	<p><b>BORDET</b> un charbon végétal <b>PREMIUM</b> respectueux des utilisateurs</p>  <p>Des sacs propres (manipulation propre)</p> <p>Un lit de braises homogènes (granulométrie régulière)</p> <p>Ne crépite pas, ne fume pas et sans odeurs (taux de carbone fixe très élevé)</p> <p>Très peu de résidus (taux de cendres inférieur à 5%)</p> <p>Un charbon de bois dépoussiéré (qualité constante jusqu'à la fin du sac)</p> <p><b>Pureté inégalée</b></p>	<p><b>BORDET</b> un charbon végétal <b>FRANÇAIS</b> issu de bois noble, <b>chêne &amp; hêtre</b> exclusivement</p> <table border="1"><tr><td><b>CHARBON STANDARD</b> BOIS TENDRE (résineux)</td><td><b>CHARBON BORDET</b> BOIS NOBLE chêne &amp; hêtre (Bois dur)</td></tr></table>  <p><b>BORDET</b> un charbon de bois <b>plus performant</b> et plus économique (moins de charbon de bois et une combustion plus longue)</p>	<b>CHARBON STANDARD</b> BOIS TENDRE (résineux)	<b>CHARBON BORDET</b> BOIS NOBLE chêne & hêtre (Bois dur)
<b>CHARBON STANDARD</b> BOIS TENDRE (résineux)	<b>CHARBON BORDET</b> BOIS NOBLE chêne & hêtre (Bois dur)			

## Dieselgate - L'Etat met en place un service de surveillance

Cinq ans après le scandale du Dieselgate généré par le constructeur Volkswagen, le gouvernement annonce la création d'un « service de surveillance du marché des véhicules et des moteurs » (SSMVM), rattaché au service climat et efficacité énergétique (SCEE) de la direction générale de l'énergie et du climat (DGEC).

Cette nouvelle entité aura pour mission de vérifier que les véhicules, les remorques, les systèmes, les composants et les entités techniques distinctes ainsi que les moteurs des engins mobiles non routiers sur le marché français « soient conformes aux prescriptions techniques fixées par la réglementation européenne et nationale en matière de sécurité, de santé et d'environnement ». Cette

création répond à l'obligation européenne qui sera faite, à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2020, à chaque Etat membre d'instaurer une surveillance de son marché. Le périmètre d'action du SSMVM portera sur les véhicules de transport de passagers, les véhicules agricoles et forestiers, les deux, trois roues et quadricycles mais aussi sur les feux spéciaux d'avertissement de certains véhicules mais aussi sur l'étiquetage des pneumatiques.

Seront également ciblées les émissions des gaz polluants et des particules polluantes des moteurs à combustion interne destinés aux engins mobiles non routiers (EMNR). C'est-à-dire aussi bien petit équipement portatif (tronçonneuse...) aux autorails, locomotives et bateaux de la navigation intérieure que les engins de

construction, les motoneiges et les groupes électrogènes.

En cas de constatation d'une non-conformité, les constructeurs s'exposent à des sanctions administratives : avertissement, retrait, rappel d'un produit, suspension de mise sur le marché, destruction des produits, amende administrative d'un montant maximal de 300 000 euros par moteur non conforme et d'1 million d'euros par véhicule non conforme. Des sanctions pénales peuvent également être appliquées : peine de 3 ans d'emprisonnement, amende d'un montant de 300 000 euros pour les EMNR et d'1 million d'euros pour les véhicules à moteur, indique le ministère de la Transition écologique et solidaire.

## Diester chez Système U - De la table au réservoir



U Log, la filiale logistique du groupe Super U, se convertit au diester, un biocarburant destiné à remplacer le diesel pour 3 camions alors même que 20 camions roulant au Gaz Naturel Liquide (GNL) et au Gaz Naturel Comprimé (GNC) constituent la flotte actuelle de véhicules propres. Celle-ci en comptera 80 d'ici fin décembre 2020, desservis par 10 stations multi-énergies au plus proche des sites logistiques. Le Diester, précise le

groupe, est un biocarburant obtenu à partir de l'huile de pressage des graines de colza et de tournesol, qui compose 90 % de sa matière première. Dans le cas du groupe d'hypermarché, l'huile de colza est fournie par le Groupe Avril, qui n'est autre que le producteur des huiles végétales alimentaires U. Si l'expérience s'avère probante, U Log déploiera des camions similaires sur ses autres sites logistiques.

## Biocarburant et producteurs de levure - La polémique enfle

Les biocarburants accusés de faire grimper le prix du pain. C'est avec ce raccourci que la Chambre syndicale française de la levure (CSFL) a lancé l'alerte début juin. En cause, les difficultés que les entreprises de la filière rencontrent depuis plusieurs mois « en matière d'approvisionnement en coproduits sucriers, indispensables à la fabrication de la levure ».

Selon la CSFL, la matière première, les co-produits du sucre, est de plus en plus menacée à la source car utilisée pour la production de bioéthanol en France. « Malgré ses nombreux atouts et alors qu'elle alimente tout un écosystème d'acteurs, la filière de la levure sur le territoire français voit son développement désormais bloqué », dénonce la chambre faisant allusion en creux à une hausse des prix de la mélasse, par ailleurs contestée par les betteraviers. Les producteurs de levure n'en démordent

pas : « Les biocarburants ne doivent pas se développer au détriment de la sécurité alimentaire de la France ». « Car cet usage non alimentaire des cultures bloque le secteur de la levure, qui doit déjà importer plus d'1/3 de ses besoins en co-produits de sucre », notent-ils, indiquant que la France est leader mondial de ce marché. La sécurisation des approvisionnements sur le territoire national apparaît par conséquent stratégique pour répondre aux enjeux alimentaires, la crise sanitaire ayant rappelé les enjeux de souveraineté et la valeur de cette ressource essentielle : « Sans levure, plus de pain dans les boulangeries et les supermarchés. »

Sans compter, ajoute la chambre, que « dans un contexte de réchauffement climatique, les producteurs de levure apportent des solutions naturelles pour répondre aux enjeux de la transition agricole

et de la durabilité de la chaîne alimentaire en production végétale, grâce au biocontrôle, dans les élevages pour réduire l'utilisation des antibiotiques, dans la santé humaine avec les probiotiques ou encore dans le développement de protéines végétales en France ». La CSFL demande par conséquent au gouvernement des mesures rapides pour garantir le développement de la production de cette ressource essentielle présente en France. Par ailleurs, la filière demande le soutien des pouvoirs publics pour garantir ses approvisionnements en France de co-produits du sucre à partir de betteraves françaises. Le développement du bioéthanol-carburant ne doit pas se faire au détriment de l'alimentation.

Alors qu'un plan de relance se prépare, il est capital de préserver nos ressources stratégiques afin de garantir aux français une alimentation sûre, saine et tracée.







## Véhicules électriques - Les signaux sont au vert

Comme le constate un dossier des Echos-Etudes, le véhicule électrique résiste à la crise. Le quotidien économique appuie son analyse sur les premières enquêtes « post-confinement ».

Celles-ci démontrent que « l'engouement se confirme pour les véhicules électriques ». Pour preuve le baromètre de Nova Consulting selon lequel 81 % des personnes interrogées ont connaissance des décisions concernant le bonus automobile et la prime à la conversion. Par ailleurs, 43 % d'entre elles estiment que la prime à la conversion étendue aura un impact sur leur délai d'achat d'un

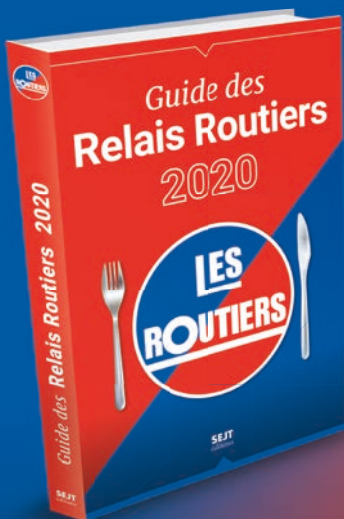
véhicule. Les Echos-Etudes en conclut que les Français sont réceptifs aux mesures de relance annoncées par le gouvernement pour soutenir le secteur automobile.

Ce constat devrait d'autant plus bénéficier à l'électrique, croit le média économique, que les acheteurs les moins affectés par le ralentissement économique et comptant parmi les classes détenant un plus fort pouvoir

d'achat, sont aussi ceux les plus enclins à opter pour un véhicule électrique. Parallèlement, indique Les Echos-Etudes, cette demande croissante sera accompagnée par le déploiement des bornes de recharge sur le territoire français : « Environ 100 000 bornes supplémentaires doivent s'ajouter aux 26 000 existantes d'ici à la fin 2021. »

### DISPONIBLE MAINTENANT

#### Le Guide des Relais Routiers Edition 2020



Une édition haute en couleurs, avec toujours plus d'informations : les horaires, les prix, la localisation sur carte mais aussi les Relais Routiers ouverts le week-end, les restaurants acceptant les convois spéciaux et exceptionnels et bien d'autres encore...

Vendez le Guide des Relais Routiers 2020 dans votre boutique

Prix public conseillé 19 € TTC

#### Je désire commander :

- 5 Guides des Relais Routiers 2020 au prix de 65 €
- 10 Guides des Relais Routiers 2020 au prix de 120 € port compris

Les inventus 2020 seront échangés contre le Guide des Relais 2021.

#### Mode de paiement :

- Par chèque joint à l'ordre de la SEJT Editions
- Par CB, N° : \_\_\_\_\_

Valable jusqu'au : \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Les 3 derniers chiffres au dos de votre carte. \_\_\_\_\_

Signature obligatoire

Société : .....

Nom et Prénom : .....

Adresse : .....

.....

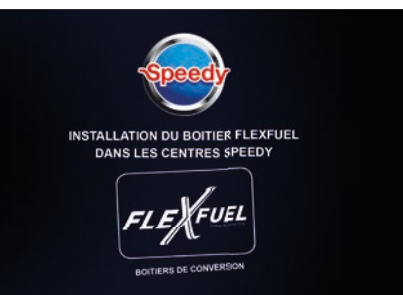
Code postal : .....

Ville : .....

Tél. : .....

E-mail : .....

Coupon à retourner à : **Guide des Relais Routiers**  
94, rue Jules Guesde - 92300 Levallois-Perret  
Tél. : 01 41 27 97 37 - boutique@routiers.com



## Boîtier E85 - En test gratuit chez Speedy

Engagé dans un partenariat depuis plus d'un an avec FlexFuel, premier fabricant des boîtiers de conversion bioéthanol, Speedy a souhaité donner un coup d'accélérateur à la consommation propre.

Jusqu'alors un millier d'automobilistes avaient jusqu'à présent recouru à la solution commercialisée par l'enseigne de réparation automobile. Celle-ci a proposé gratuitement pendant 30 jours le test du boî-

tier E85, un démontage étant possible en cas d'insatisfaction. L'opération s'est tenue du 8 juin au 4 juillet accompagnée pour les clients détenteurs de la carte Speedy, d'un report de paiement de 45 jours sans frais.

## Effets du coronavirus - La fracture climatique se creuse entre pétroliers européens et américains

Télétravail, remise en cause des transports aériens, engouement pour le vélo... Ces tendances mises en relief par le Covid-19 ne perdureront peut-être pas. Mais la crise sanitaire a en tout état de cause éveillé ou intensifié une prise de conscience en faveur de l'énergie verte. A tel point que de nombreux points d'interrogation pèsent désormais sur la demande en énergies fossiles dans la prochaine décennie.

Cette évolution n'a pas échappé aux principaux groupes pétroliers européens qui ont répondu présents à l'appel de l'Union européenne (UE) visant à redoubler d'efforts pour changer la donne en matière climatique. Du reste, l'UE a clairement déclaré ses intentions d'axer la relance économique

sur les infrastructures énergétiques vertes afin de répondre aux enjeux de la lutte contre le changement climatique. Elle en prendra les moyens en rendant les investissements dans le secteur plus attractifs. Comme le rappelle l'agence Reuters, la présidente de la Commission européenne Ursula von der Leyen s'est récemment engagée à faire des politiques climatiques le « moteur de la reprise » du bloc.

Les cinq groupes pétroliers européens que sont BP, Shell, Total, Eni, et le Norvégien Equinor répondent présents. Ils s'approprient à consacrer une part plus importante de leurs actifs à des projets d'énergie verte et à prendre ce pari d'une économie à plus faible émission de carbone. BP main-

tiendra vraisemblablement ses dépenses prévues à hauteur de 500 millions de dollars pour mener des initiatives à faible émission de carbone cette année, et ce malgré une réduction des dépenses à l'échelle de l'entreprise de 20 % à la suite du coronavirus. Quant à Shell, sa division New Energy, qui se concentre sur les énergies renouvelables et les technologies à faible émission de carbone, ne devrait pas faire les frais de compressions budgétaires.

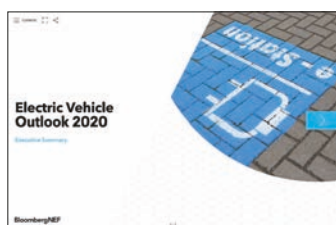
La posture des pétroliers européens laisse apparaître combien un fossé profond les sépare désormais de leurs homologues américains qui restent très dépendants de la politique gouvernementale, largement axée sur le pétrole.

## Véhicules électriques - La moitié des ventes mondiales dans vingt ans

Selon l'analyste Bloomberg, les ventes de véhicules électriques représenteront 50 % du marché automobile en 2040. Dans son rapport publié en mai dernier, la filiale énergie du cabinet Bloomberg estime que le véhicule électrique devrait

rapidement se remettre du ralentissement dû au Covid-19. La trajectoire reste inchangée, estiment les analystes du cabinet. Ils ajoutent qu'au contraire le véhicule électrique est appelé à connaître un boom dans les trois ans. Aussi, ce marché qui

n'atteint aujourd'hui que 2,7 % des ventes mondiales pourrait bondir à 10 % dans les cinq prochaines années, 28 % en 2030 et plus de 50 % en 2040. A cette date, plus d'un véhicule sur trois dans le monde sera alors électrique.







## Carburant de synthèse - Propulsé grâce à BMW

Prometheus Fuels, société américaine, bénéficiant du soutien du constructeur allemand, BMW via sa filiale BMW i Ventures, a effectué une levée de fonds de 12,5 millions de \$ qui lui permettra de poursuivre ses recherches dans le carburant de synthèse. Il a en effet mis au point le procédé dit du Power-to-Liquid (PtL) dans lequel les atomes de di-hydrogène issus de l'électrolyse à haute température de l'eau sont comprimés

au carbone de l'air ambiant. Avantage de taille, les émissions de CO<sub>2</sub> du carburant sont annulées par le CO<sub>2</sub> consommé durant sa synthèse. Reste la question de cette production très énergivore. Mais un autre groupe allemand, Bosch, avait annoncé l'année dernière que le recours à des sources d'énergie renouvelables permettrait de faire tomber le coût entre 1,20 et 1,40 € le litre, puis à 1 euro en 2050.



## Pétrole : un rebond pour 2021 ?

Le marché démentirait-il les prédictions optimistes ? Les cours du pétrole ont en tout cas progressé de manière encourageante à la mi-juin. Porté par une demande à la hausse le baril de WTI pour une livraison en juillet est monté à 38,38 dollars. Le Brent de la Mer du Nord pour livraison en août a atteint 40,96 dollars à Londres. L'Agence Internationale de l'Energie (AIE), dans son rapport annuel publié le

16 juin se déclare optimiste quant aux évolutions de la demande en 2021.

Certes, le secteur aérien continuera à subir de nombreux freins au redémarrage, mais l'agence table cependant sur une hausse de la demande mondiale de l'ordre de quelque 5,7 millions de barils par jour par rapport à 2020. C'est bien entendu en deçà du niveau de 2019 mais la casse est limitée,

rassure l'AIE. Ses analyses sur les réserves permettent par ailleurs d'envisager un retour à l'équilibre, entre des niveaux records des réserves des pays de l'OCDE, la réduction de la production en Russie et dans les pays de l'OPEP et la baisse drastique de la production aux USA. Dans ce pays, la demande a par ailleurs repris dès le mois de mai avec une hausse de 17,7 %.

## L'Europe de la batterie électrique - Un triumvirat autour de Total

La co-entreprise, ACC (Automotive Cells Company), formée par Total et PSA en janvier dernier et destinée à la production de batteries pour véhicules électriques va être rejointe par Renault. Le Président de la République, à l'origine de cette annonce fin mai, a rappelé que le constructeur français rejoignait ainsi le programme européen de batteries électriques. Il s'agit en effet d'un programme franco-allemand, un « Airbus

des batteries », puisque le constructeur allemand Opel est intégré à PSA. L'objectif d'ACC est désormais de produire des batteries pour un million de véhicules par an en Europe, soit près de 10 à 15 % du marché, dans les dix ans à venir. Les gouvernements allemand, français et d'autres européens abonderont à ce programme de 5 milliards d'euros, à hauteur d'1,3 milliard d'euros. A rappeler que ce projet a reçu le label « projet prioritaire d'inté-

rêt européenne » et que l'entreprise ACC a obtenu le feu vert de la Commission européenne en février.





## Total et Siemens - Une coopération à faibles émissions



Associés désormais dans la production de GNL à faibles émissions, le groupe pétrolier et la branche énergétique du groupe allemand, Siemens Gas & Power, s'attacheront à développer la recherche et des projets de centrales de production de gaz naturel liquéfié (GNL) à faible émission de carbone.

Siemens déclare son intention d'étudier un certain nombre de concepts tels que l'utilisation de turbines à

gaz et de trains de compression à moteur électrique, en complément de technologies bien connues comme le cycle unique de mélange réfrigérant et de double cycle de mélange réfrigérant.

Son approche portera également sur des éléments tels que les systèmes de récupération de la chaleur et de refroidissement de l'air, mais aussi l'intégration des énergies renouvelables et de stockage par batterie.

## Covid-19 - Des aides aux entreprises encore possibles

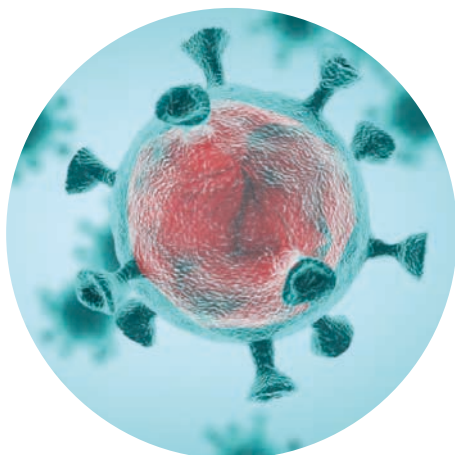
Les entreprises touchées pendant et après le confinement peuvent prétendre à des aides de l'Etat. Ainsi, un report des charges sociales peut à nouveau être octroyé. En revanche, ce report sera désormais conditionné à une demande préalable auprès de l'Urssaf. Les entreprises souhaitant en bénéficier devront remplir un formulaire de demande via le lien <https://bit.ly/2YNfcFa>, en l'absence de réponse sous deux jours ouvrés, la demande sera considérée comme acceptée.

Comme le signale Bercy, toutes les entreprises en difficulté « pourront bénéficier d'étalement long, jusqu'à 36 mois, pour payer les charges qui avaient été reportées ». En revanche, soulignent les services ministériels, « les entreprises sont tenues de faire leurs DSN (Déclaration Sociale Nominative) même si elles souhaitent reporter le paiement de leurs charges. Elles peuvent modifier le montant du paiement pour le minorer, voire mettre 0, mais les DSN doivent être établies. »

Côté fiscal, les entreprises ont également la possibilité de demander le report de l'impôt sur les sociétés ou les taxes sur les salaires auprès de la Direction générale des finances publiques (Dgfi). Enfin, les entreprises confrontées à des surcoûts liés à la mise en place d'équipement de lutte contre le coronavirus, peuvent faire une demande de subvention auprès de l'assurance-maladie. En effet, pour aider les entre-

prises à prévenir la transmission du Covid-19 au travail, l'assurance-maladie – risques professionnels propose la subvention « Prévention Covid ». Destinée à aider les employeurs de moins de 50 salariés à se doter d'équipements de protection, elle peut atteindre jusqu'à 50 % de l'investissement (achats ou locations réalisées du 14 mars au 31 juillet 2020). Cette subvention concerne la pose de vitre, de plexiglas, de cloisons de séparation, de bâches, d'écrans fixes ou mobiles ainsi que tout matériel permettant de guider les clients et faire respecter les distances. A noter en revanche que la prise en charge de gants et de lingettes n'est pas prévue, celle des masques, gels hydro-alcooliques et visières est soumise à certaines conditions.

En tout état de cause, l'investissement doit être supérieur à 1 000 € HT et le montant de la subvention ne peut pas dépasser 5 000 €.





Crédits photos : X D.R.

 **Bulgarie****Une société d'Etat pour affaiblir Lukoil**

Destinée à réduire le quasi-monopole exercé par Lukoil, une société d'Etat, gérant son propre stockage de pétrole et bientôt une centaine de stations-service, va être créée. Cette diversification du marché vise à contourner Lukoil qui détient 78 % du marché bulgare et impose, selon le gouvernement, des prix bien supérieurs à ceux des cours internationaux.

 **Ile Maurice****Couvre-feu pour les stations**

L'association mauricienne des gérants de stations-service, Petrol Retailers Association (PRA) a demandé au ministre du Transport, l'autorisation d'avancer l'heure de fermeture des stations-service de 20h00 à 18h00. Cette mesure de sécurité devrait éviter les nombreux braquages de stations-service dont les gérants réclament par ailleurs un renforcement de la surveillance policière.

 **Togo****Planifier les implantations**

Le ministère de l'Environnement togolais a annoncé vouloir remettre de l'ordre dans l'implantation de stations-service, encore trop anarchique. Désormais, plus aucun certificat ne sera délivré sans respect des mesures de sécurité, notamment des distances minimales entre les implantations.

 **Maroc****Le téléphone mobile comme mode de paiement**

Vivo Energy Maroc a mis en place à la mi-juin le paiement par téléphone mobile dans l'ensemble des stations Shell de Casablanca. L'épidémie de coronavirus n'est pas étrangère à cette décision alors

que le dispositif sera étendu à tout le réseau marocain dès le début juillet. Les terminaux de paiement électronique (TPE) accepteront toutes les solutions de paiements, carte bancaire, QR code ainsi que les applications étrangères.

 **Suisse****Migrolino se modernise chez Shell**

L'enseigne du groupe Migros dédiée aux stations-service va bénéficier d'un relooking dans toutes les implantations à la bannière Shell. Grâce à un partenariat avec Migros et le groupe pétrolier, une soixantaine de boutiques vont être modernisées, et dotées d'un nouvel assortiment. Par ailleurs, la nouvelle enseigne « Moi » sera lancée pour les plus petites surfaces, convertissant ainsi progressivement, le concept de boutiques « Shell Select » au cours des deux prochaines années.

 **Finlande****Des pizzas carburent au biogaz**

L'enseigne Pizza Hut s'associe au constructeur espagnol Seat pour renouer avec l'activité de livraison à domicile abandonnée dans le pays depuis 15 ans. Ses véhicules qui fonctionneront au gaz naturel, 100 % biogaz, pourront s'appuyer sur le réseau de stations Gasum très performant en Finlande.

 **Allemagne****Un plan hydrogène à 9 milliards d'euros**

Berlin veut devenir le leader de l'hydrogène mondial avec une enveloppe de neuf milliards d'euros dont 7 consacrés au développement du marché intérieur et 2 milliards aux partenariats internationaux. Ce plan ambitieux est destiné à asseoir l'hégémonie allemande dans cette énergie propre, conforme à ses investissements dans le domaine climatique, et également à sortir de l'ornière

le secteur automobile. En effet, le gouvernement a dégagé parallèlement un financement de 3,6 milliards d'euros au profit des véhicules à l'hydrogène.

**Et une borne électrique dans chaque station**

Nouveau coup de force du gouvernement allemand : désormais chaque station-service devra détenir, au moins, une borne de recharge pour véhicule électrique. Un dispositif qui intervient alors que le pays est, avec près de 28 000 bornes, l'un des mieux dotés d'Europe. Pour autant, selon les estimations, il en faudrait trois fois plus pour répondre à la demande à court terme.

**Shell produira son propre GNL bio**

L'installation du groupe pétrolier située à Grodorf près de Cologne devrait démarrer dès le printemps 2021 son activité de liquéfaction à partir de méthane en provenance de l'agriculture locale. Cette installation d'une capacité de 100 000 tonnes produira du GNL bio, destiné aux poids-lourds, et ravitaillera les stations-services du réseau.

 **Guinée équatoriale****Premier pas du Camerounais Tradex**

Le groupe pétrolier camerounais, Tradex, implante sa première station-service sur le sol équato-Guinéen. Un premier pas qui précède l'extension sur trois ans d'un réseau d'une quinzaine stations-services pour un investissement de 15 milliards de francs CFA.

 **Etats-unis****200 000 emplois en péril**

Comme le signale une étude publiée dans le magazine World Oil, le krach auquel est confrontée l'industrie pétrolière et gazière dans le pays risque de provoquer la perte de plus de 200 000 emplois au cours des 6 à 12 prochains mois. Soit une récession comparable à celle

de 2015-2016. Pour l'heure, l'alerte est éclipée par l'effondrement économique plus large dû au Covid-19. Pourtant, ces impacts sont importants pour les économies locales et nationales en raison des effets multiplicateurs et, potentiellement, de la réduction des redevances.

 **Tunisie****Vivo Energy passe le bac**

Sous le slogan « Kolna Labès maa Shell wal Hilal », Vivo Energy Tunisie et le Croissant Rouge Tunisien s'engagent dans une campagne pour la protection des bacheliers pendant cette période de pandémie, en coopération avec le ministère de l'Education. Des bicyclettes, des masques réutilisables en tissu ainsi que des flacons de gel hydroalcoolique seront distribués aux lycéens qui reprennent les cours afin de passer leur bac courant juillet.

 **Afrique du Sud****Total à la rescousse**

Le groupe pétrolier français s'est engagé auprès du groupe sud-africain Renegen à distribuer une partie de sa future production de Gaz naturel liquéfié (GNL) via ses stations-service. Et ce dès l'année prochaine. Ce sont en priorité les poids-lourds qui devraient bénéficier de cette coopération, le GNL étant amené à remplacer le diesel.

 **Belgique****La supérette gagne du terrain**

La pandémie a profité aux commerces de proximité. A tel point que le groupe belge Delhaize a ouvert 23 points de vente au cours du 1<sup>er</sup> semestre de cette année, dont 13 Shop&Go au sein des stations-service du groupe Q8. Avant la crise sanitaire, le pétrolier disposait déjà de 122 magasins Shop&Go sur un total de 540 stations-service sans compter les 25 « shops » implantés au Luxembourg.

### Express

**Dyson abandonne sa voiture électrique à 2,7 milliards d'euros** - L'inventeur et le designer industriel anglais, James Dyson, fondateur de la société Dyson, a été contraint d'arrêter son projet de voiture électrique de 7 places, dont un prototype a vu le jour. Le projet « à 2,7 milliards d'euros de l'homme le plus riche de Grande-Bretagne a été stoppé », titrait le magazine anglais *Autocar*. Son prix commercial fixé à 167 000 € aurait été exagérément trop élevé a indiqué le conseil d'administration de Dyson. La voiture est équipée d'un pack de batteries lithium-ion de 150 kWh lui donnant, théoriquement, une autonomie de 900 km.



**L'activité des ateliers et des garages se maintient** - L'activité mécaniciens, réparateurs, ateliers (MRA) a reculé de 12 % du 1<sup>er</sup> au 7 juin selon l'Observatoire hebdomadaire de sortie de crise AM Today, mais malgré ce recul, l'activité reste supérieure de 3 % à celle prise en référence, à savoir la dernière semaine de pré-confinement. Après une soudaine accalmie, les 100 MRA observés avaient connu une activité exceptionnellement forte (+56 %).



**Ever Monaco aura lieu en septembre** - La 15<sup>e</sup> édition du salon des mobilités électriques et des énergies alternatives, Ever Monaco, initialement prévue fin mai, au centre des congrès de

## Désinfection : moult solutions pour lutter contre le Covid-19

**Malgré les allègements des mesures entourant la crise sanitaire, équipementiers et experts auto continuent de proposer des produits de désinfection, ainsi que des services.**

**C'**est une véritable avalanche de produits et de services qui sont proposés pour rassurer conducteurs, particuliers ou professionnels. Ces nettoyants et désinfectants sous diverses formes s'adressent aux garagistes, carrossiers et gérants disposant d'une boutique. Exemples.

Sous la forme d'un spray, « ClimSpray » de Valeo permet de désinfecter et de purifier l'habitacle des véhicules. Il a pour propriété de rendre inactif les virus de type coronavirus, les bactéries et les champignons. Cette solution de désinfection d'habitacle de véhicule a obtenu la certification « virucide », notamment contre les coronavirus.

Par simple pulvérisation, il désinfecte l'intérieur du véhicule en 15 minutes chrono. L'action du purifiant est double : il empêche la prolifération des micro-organismes infectieux à la source et diffuse un parfum agréable. Valeo « ClimSpray » est compatible avec le plastique et le caoutchouc et il ne



laisse ni trace ni tache après usage (produit conforme aux normes EN14476+A2, EN1040, EN1275, EN1650, EN1276 et EN13697).

**Feu Vert** a lancé sa propre prestation de décontamination baptisée « AutoPure Feu Vert », un traitement à l'ozone. Pour moins d'une vingtaine d'euros, le process consiste à désinfecter totalement l'habitacle, que ce soit les zones exposées et non exposées, y compris les différents rangements : boîte à gants, coffre, ainsi que les circuits d'air et bouches d'aération du véhicule. Élimination de 99,9 % des bactéries, virus et champignons dans les zones accessibles et 91,4 % dans les zones inaccessibles telles que les interstices de siège.

Pour lutter efficacement contre le Covid-19 dans les entreprises, **Bardhal** vient de lancer sa borne « Distri SHA », à destination des professionnels. « À l'heure où le confinement est terminé et où certains travailleurs reprennent le chemin de leurs bureaux, il est essentiel de maintenir les gestes barrières et de garder à

*l'esprit que le Covid-19 est toujours en circulation »* explique le fabricant. La borne « Distri SHA » distribue sans contact de la solution hydroalcoolique. Réservoir de 20 l (soit 20 000 doses).







## Toyota, il y a plus de 80 ans

Parmi les grandes dates d'anniversaire de constructeurs, il y a celui de Toyota fondé fin des années 30 par la famille Toyoda.

Toyota c'est d'abord le nom d'une famille, les Toyoda. Elle habite la ville de Koromo qui était autrefois spécialisée dans la soie, sous les ères Meiji et Taisho. L'entreprise Toyota a tout d'abord été une usine de textile.

Pour faire face à la baisse de la demande de soie brute, Kiichiro Toyoda et son cousin Eiji Toyoda ont cherché des alternatives industrielles à l'entreprise familiale de métiers à tisser automatiques. C'est ce qui mena à la fondation de ce qui devient

un peu plus tard la Toyota Company. Fin des années 30 début des années 40, le premier véhicule à voir le jour est la « AA », qui n'est ni plus ni moins une copie conforme de la Chrysler Airflow puisque Kiichiro a fait plusieurs voyages aux USA avant la guerre. Elle est dotée d'un moteur 6 cylindres de 3,4 l. Il invente aussi le « juste à temps » qui consiste à produire en flux tendu, avec le moins de stocks possibles.

En août 1937, *Toyota Motor Company* devient l'actuelle



*Toyota Motor Corporation*. La société emploie aujourd'hui plus de 345 000 salariés et possède plusieurs marques ou des participations : Lexus, Daihatsu, Hino Trucks ou encore Denso.

Toujours populaire, la Toyota Corolla reste le modèle le plus vendu de toute l'histoire automobile. C'est également le constructeur qui propose toute sa gamme auto en hybride essence-électrique (la Prius notamment, le premier modèle remontant à 1997).



De gauche à droite : l'AA, premier modèle de Toyota, puis l'innovante Prius hybride, toujours d'actualité.

## Outil : Berner conçoit un nouveau démultiplicateur de couple

Berner poursuit le développement de sa gamme dédiée au changement des pneumatiques de véhicules industriels avec un nouveau démultiplicateur de couple.



Berner, l'un des leaders dans la distribution d'outillage, vient de lancer la commercialisation d'un démultiplicateur de couple utile lors d'un changement des pneumatiques des véhicules industriels, notamment lors de chan-

gements de roues. Le coffret compact comporte une rallonge de 210 mm et deux douilles de 32 et 33 mm. Ce démultiplicateur offre un rapport de réduction de 1:56 et un couple de sortie de 3 200 Nm. De quoi permettre de desserrer manuellement les écrous qui maintiennent la roue en place.

### Express

la Principauté Grimaldi Forum, aura lieu du 10 au 12 septembre. Outre des conférences, cet événement sera également le point d'arrivée du Riviera Electric Challenge, un rallye réservé aux véhicules électrique. Entrée gratuite.



**Le Chinois Airways débarque en France** - L'U5, vous connaissez ? C'est le nouveau Suv électrique Made in China de la marque Airways. 500 exemplaires du U5 arriveront donc sous peu en France, premier pays où l'on pourra les louer via la société Hertz en Corse. Long de 4,68 m de long, il est animé par un moteur de 190 ch et doté d'une batterie de 63 kWh pour une autonomie annoncée d'environ 400 km. Cette dernière peut être rechargée de 30 à 80 % en 27 minutes sur courant continu.



**Point S reprend les centres « Pneu à bas prix »** - Point S, spécialiste du pneu et de l'entretien automobile, a racheté les centres de l'enseigne « Pneus à bas prix » (une douzaine d'agences). Il s'agit d'une enseigne de pneumatiques pour véhicules de tourisme, qui était dans une situation difficile depuis plusieurs mois.







# À CHAQUE MÉTIER, SON MAGAZINE.



## AUTOCAR & BUS INFOS

La référence matériels pour tous les professionnels du transport de voyageurs en autocars et autobus : essais, nouveautés techniques et sociales, circuits et sites à visiter, véhicules anciens, valeurs occasions.

9 n° par an



## GUIDE LAVAGE & STATIONS-SERVICE ACTUALITÉS

Outil indispensable à toutes activités lavage et carburant. S'adresse aux propriétaires et gérants de centres de lavage et de stations-service.

6 n° par an



## CARROSSERIE

Magazine officiel de la



La revue des professionnels de la carrosserie industrielle et automobile.

8 n° par an



## LES ROUTIERS

Le mensuel du transport routier depuis 1934, avec un maximum d'informations techniques et conventionnelles.

11 n° par an

## GUIDE DES RELAIS ROUTIERS

Guide répertoriant tous les Relais Routiers avec adresses et conseils pratiques liés à l'univers de la route et du transport.



Edition annuelle

GROUPE SEJT PRESSE & EDITIONS

**SERVICE PUBLICITÉ** ■ + 33 (0)1 41 27 97 35 ■ pub@sejt.com  
**SERVICE ABONNEMENTS** ■ + 33 (0)1 41 27 97 90 ■ abonnement@sejt.com

94, rue Jules Guesde 92300 Levallois Perret - France - www.sejt.com



## SO2R décline un nouveau concept de Cafétéria Stratto pour les aires d'autoroutes

Après avoir lancé le concept de cafétéria-sandwicherie Stratto en 2015 sur aire d'autoroute, et afin de répondre à une demande croissante des consommateurs souhaitant se restaurer rapidement avec des repas gustatifs durant leurs déplacements, Hervé Musset et Pierre de Wulf, les cofondateurs du premier groupe de restauration rapide italienne SO2R ont développé un concept axé sur des repas cuisinés en continu, s'adaptant à l'affluence des voyageurs et à leurs goûts, avec des produits régionaux et italiens rigoureusement sélectionnés.



À la différence des sandwicheries-caféterias Stratto, le nouveau concept ne propose pas de sandwiches, mais des pizzas cuites devant le client dans des fours à sole : ceci renforce l'aspect chaleureux et convivial du lieu, tout en rassurant sur la fraîcheur des produits. En cas de forte affluence, les pizzas sont disposées sur un marbre, le client peut ainsi choisir rapidement mais elles sont également cuisinées à la demande si le client le désire. Seule cafétéria à proposer cette prestation, cette offre de pizzas vient compléter une offre complète de plats régionaux, de grill et de plats typiques italiens.

Des ouvertures sont à venir sur les aires d'autoroutes. Venant de remporter deux appels d'offres pour des installations prochaines de cafétérias Stratto, installées dans des food court, sur les aires de Bosgouet Nord sur l'A13 avec le pétrolier Total, et l'aire d'Ambrussum Nord sur l'A9 avec EG group, Hervé Musset et Pierre de

Wulf sont optimistes quant au développement du concept sur les aires d'autoroutes. « Nous garantissons des produits frais, régionaux et italiens sélectionnés avec rigueur, tout en proposant un service rapide même en cas de forte affluence pour une meilleure satisfaction de la clientèle ! Les cuisiniers sont réactifs et alimentent les bacs chauffants de nourriture au fur et à mesure, sans trop les charger pour assurer la fraîcheur des plats tout au long du service », indique Pierre de Wulf, co-dirigeant du groupe. Ceci répond parfaitement aux attentes des consommateurs lors de la pause déjeuner durant leur trajet, étant la plupart du temps pressés d'être servis pour profiter plus ou moins longtemps de leur pause avant de repartir pour arriver à destination. Des grillades complètent le menu : entrecôtes labellisées Bleu Blanc Cœur, burgers (pain bio et steak bio), steaks hachés bio et frites, ainsi qu'une variété d'entrées, de salades en plat principal et de desserts.

**Des plats régionaux avec des fruits et légumes de producteurs locaux**

Quant à l'aménagement, Hervé Musset confie : « Nous avons également réalisé un travail important autour de l'aménagement et du design des cafétérias pour en faire de véritables lieux de détente avec notamment des couleurs et

matériaux évoquant la nature. » De plus, en cohérence avec les aires d'autoroute synonymes de voyage, les cofondateurs Pierre de Wulf et Hervé Musset ont choisi de favoriser le circuit court pour chaque restaurant. Les cafétérias Stratto proposent notamment des plats régionaux composés de fruits et légumes sélectionnés auprès de producteurs locaux, au plus proche du lieu. « Les clients apprécient de connaître la provenance des produits indiquée au menu » précise Pierre de Wulf. Les recettes régionales permettent de préserver la diversité et la richesse du patrimoine culinaire français : c'est un retour à l'authenticité !

**Des matériaux écologiques, jetables ou biodégradables**

Toujours dans une optique écoresponsable afin de réduire l'impact environnemental des restaurants, les cofondateurs optent pour des matériaux écologiques, jetables ou biodégradables tels que le bambou, l'amidon de maïs, le bois ou l'inox. Côté produits, le groupe SO2R accentue sa recherche en vue de proposer un maximum d'aliments issus de l'agriculture biologique. « Nous sommes convaincus des bienfaits de consommer bio et souhaitons limiter notre impact environnemental tout en répondant aux exigences des consommateurs. » précise Pierre de Wulf.



# Opel Corsa-e - Sous le signe de l'éclair

Symbole céleste ou hasard, le logo d'Opel est un éclair (ou blitz en allemand). Et désormais, la Corsa, la citadine de la marque est disponible en une nouvelle version 100 % électrique : la Corsa-e.

L'Opel Corsa partage de nombreux éléments avec sa cousine la Peugeot 208, à commencer, dans le cas de la Corsa-e, par sa plateforme et son moteur électrique affichant une puissance maxi de 100 kW, soit 136 ch. Une puissance largement suffisante pour une auto à vocation avant tout urbaine même si la route ne lui fait pas peur. Du point de vue esthétique, seuls quelques petits détails permettent de distinguer cette version électrique d'une Corsa thermique : le badge « e » présent sur la carrosserie (sur les montants de portes et sur le hayon), la disparition du pot d'échappement et les jantes spécifiques, afin de limiter les perturbations aérodynamiques des roues et ainsi optimiser l'autonomie. Sinon, la Corsa-e est une Corsa : mêmes dimensions, même espace habitable, les batteries étant parfaitement intégrées dans le plancher grâce à l'étude de cette version dès l'élaboration de la plate-forme e-CMP. La Corsa-e dispose d'une prise Combo CCS qui lui permet d'utiliser des



L'intérieur de la Corsa-e affiche une belle finition.



La Corsa-e est compatible avec la charge rapide.

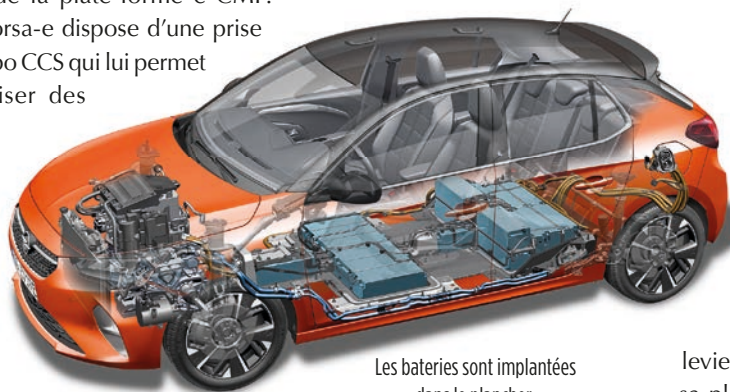
stations de charge rapide en courant continu jusqu'à 100 kW (permet de récupérer 80 % de capacité en 30 minutes). Opel propose un large panel de solutions de recharge. Les temps de charges varient entre 5 et 17 h selon la puissance de la prise sur

laquelle est branchée la voiture. Opel propose en option (1 170 €) un système de chargeur universel qui comprend plusieurs adaptateurs de câbles permettant de recharger sur n'importe quelle prise ou presque.

boîte automatique (PRND) de la Corsa thermique avec en plus, un mode « B » pour Brake qui favorise la recharge des batteries au levé de pied. A cela, il faut ajouter les trois modes de conduite qui font varier le niveau de puissance du moteur, donc sa consommation d'électricité et donc l'autonomie : Eco (qui permet de disposer de 60 kW / 82 ch et donc de l'autonomie maximale), Normal (80 kW / 110 ch, le mode standard) et Sport (100 kW / 136 ch pour profiter des performances maximales du moteur au détriment de l'autonomie). Ces différents modes sont sélectionnables depuis un interrupteur au niveau de la console centrale, entre les sièges avant.

## Un intérieur classique

Dans l'habitacle, la Corsa-e arbore le même intérieur que n'importe quelle autre Corsa. Seul le tableau de bord numérique de 7" est spécifique. Bien entendu, le levier de vitesse classique laisse sa place à celui de la version à



Les batteries sont implantées dans le plancher.



### Une auto polyvalente

Grâce à l'intégration des batteries dans le plancher de la Corsa-e, cette version électrique offre le même espace à bord que les

autres Corsa. Il permet d'accueillir sans souci quatre adultes même si la voiture est une cinq places, le siège central étant étroit. L'espace aux jambes pour les passagers arrière est satisfaisant, tout comme le volume de

coffre qui est de 267 litres sous le cache-bagages, une valeur dans la bonne moyenne de la catégorie. En revanche, c'est l'accès aux places arrière qui s'avère tout aussi problématique que sur la 208 du fait de

la découpe des portes en partie basse. Mieux vaut être jeune ou encore souple. Heureusement, les sièges sont confortables. A partir de 30 650 euros.

## Nouvelle Fiat 500 - Et maintenant, la berline



Après avoir lancé sa nouvelle 500, 100 % électrique en version cabriolet, Fiat vient de dévoiler la version berline de sa puce branchée.

Après avoir levé le voile plus tôt dans l'année sur sa nouvelle 500 en version découvrable nommée « Cabriolet », Fiat a dévoilé la troisième génération de la 500 moderne en « Berline » début mars. Bien que reprenant l'apparence avec les précédents modèles, cette nouvelle 500 repose sur une base inédite. Outre la légère évolution esthétique (plus longue de 6 cm, nouvelle face avant, nouvelle planche de bord avec design épuré, écran tactile...), cette nouvelle 500 se dis-



La planche de bord de la Fiat 500 arbore un look moderne et épuré.

tingue par le fait qu'elle n'est plus disponible qu'en version 100 % électrique. Jusqu'à présent, elle n'était disponible que dans sa version découvrable et en série spéciale « La Prima » (jantes alliage de 17 pouces diamantées, projecteurs Full LED, sellerie éco-cuir...) proposée à 37 900 €. Cette série de lancement est désormais épuisée. En revanche, Fiat propose aujourd'hui la nouvelle 500 « Berline », c'est à dire avec un toit en tôle, et toujours dans la série spéciale de lancement « La Prima ». Elle dispose d'un toit panoramique en verre, de jantes alliage 17 pouces diamantées, de projecteurs Full LED, du système multimédia « UConnect 5 » ou encore la caméra de recul. Elle est disponible en trois coloris exclusifs à cette série limitée : Ocean Green, Gris minéral et Bleu céleste. La nouvelle 500 Berline reçoit la motorisation 100 % électrique de 118 ch, permettant une vitesse de pointe de 150 km/h. Sa batterie lithium-ion de 42 kWh offre une autonomie de 320 km (cycle WLTP). Elle peut se recharger à 80 % en 35 minutes (85 kW) ou en 6 h avec la charge à domicile « Easy Wallbox » de 7,4 kW. A partir de 34 900 euros (wallbox incluse).

GUILLAUME GENESTE



# ABONNEZ-VOUS !

au magazine Guide Lavage & Stations-Service Actualités



## Cochez l'offre que vous avez sélectionnée

Oui, je désire m'abonner au magazine

**Guide Lavage & Stations-Service Actualités :**

### Numérique

- 1 an version numérique 6 n° - 48 €
- 2 ans version numérique 12 n° - 92 €

### France

- 1 an France version papier 6 n° - 58 €
- 2 ans France version papier 12 n° - 104 €
- 1 an France version papier et numérique 6 n° - 68 €
- 2 ans France version papier et numérique 12 n° - 119 €

### Etranger

- 1 an Etranger et Drom Com version papier 6 n° - 70 €
- 2 ans Etranger et Drom Com version papier 12 n° - 124 €
- 1 an Etranger et Drom Com version papier et numérique 6 n° - 81 €
- 2 ans Etranger et Drom Com version papier et numérique 12 n° - 139 €

## Remplissez le bulletin d'abonnement ci-dessous

Société : \_\_\_\_\_

Activité de l'entreprise : \_\_\_\_\_

Nom : \_\_\_\_\_

Prénom : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Fonction : \_\_\_\_\_

Email : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Ci-joint mon règlement

par chèque de \_\_\_\_\_ €

à l'ordre de SEJT Editions

par virement bancaire

IBAN FR76 3006 6106 4600 0110 4700 154

BIC CMCIFRPP

par carte bancaire n°

\_\_\_\_\_

Date d'expiration : \_\_\_\_\_

Les 3 derniers chiffres au dos : \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Signature :

## Envoyez votre bulletin à l'adresse suivante :

GRUPE SEJT - SERVICE ABONNEMENT - 94, RUE JULES GUESDE - 92300 LEVALLOIS-PERRET

Tél. : 01 41 27 97 90 - Fax. : 01 41 27 97 30

Abonnement en ligne possible sur [www.guide-lavage.com](http://www.guide-lavage.com)

# Quel statut pour le conjoint aidant ?



Votre conjoint ou votre conjointe vous aide... régulièrement en travaillant pour votre entreprise ? Il/Elle est devenu(e) une cheville ouvrière de votre activité ? Une reconnaissance juridique s'impose pour qu'il/elle puisse bénéficier d'un statut.

On néglige souvent ce qui paraît être un simple soutien familial ou une solidarité conjugale. Pourtant les règles sont claires à ce sujet : toute participation directe, effective, à titre professionnel et habituel dans l'entreprise est considérée comme activité régulière. Peu importe que cela ne représente que quelques heures mensuelles, peu importe que cela paraisse relativement accessoire (suivi des devis, déclarations de TVA...) par rapport à votre cœur d'activité.

Pourquoi formaliser ce soutien ? Parce que, sans parfois beaucoup de frais pour l'entreprise, c'est le moyen d'assurer une protection sociale au conjoint aidant et de lui ouvrir un certain nombre de droits. Qualifier juridiquement la situation, c'est également éviter que l'aide du conjoint soit, si les critères de sa participation (déjà

cités : directe, effective, à titre professionnel et habituel) sont remplis, requalifiée par l'administration comme du salariat. Soit la situation la plus lourde, financièrement, pour la société. Mais l'objectif n'est pas punitif : il s'agit de protéger ce tiers si particulier qu'est le conjoint du chef d'entreprise.

Trois statuts sont possibles pour lui : collaborateur, associé ou salarié. Le choix répond au niveau d'implication du conjoint dans la vie de l'entreprise et à plusieurs critères formels, à commencer par la nature de l'union du couple. Les personnes mariées, partenaires d'un Pacs ou vivant en concubinage peuvent bénéficier du statut de conjoint associé et de conjoint salarié. En revanche, seuls les conjoints mariés et les partenaires d'un Pacs peuvent bénéficier du statut de conjoint collaborateur.

Or c'est justement le statut le plus souple et donc le plus fréquemment choisi parce qu'il s'adapte à des situations variées. Il est possible si le chef d'entreprise est

entrepreneur individuel, associé unique d'une EURL ou gérant majoritaire d'une SARL ou Selarl. Et il ne faut pas que le conjoint aidant reçoive une rémunération pour ce travail ou soit associé au capital, les statuts de conjoint salarié ou de conjoint associé étant alors à privilégier.

Le conjoint collaborateur est affilié à la Sécurité sociale des indépendants (ex-RSI) et il coûte finalement très peu à l'entreprise puisqu'il n'y a pas de revenus à déclarer mais seulement des cotisations sociales à verser. En contrepartie, le jour où il quitte la vie active, le conjoint dispose d'une retraite de base et d'une retraite complémentaire. Lui sont également ouverts des dispositifs facultatifs d'épargne salariale et d'épargne retraite (type Loi Madelin) qui lui permettront de percevoir un capital ou des rentes.

Les alternatives au statut de collaborateur sont le salariat et l'association qui permet que le conjoint reçoive des parts de l'entreprise en contrepartie de son implication. A ce titre, il prend part aux décisions de gestion de la société et, revers de la médaille, supporte également les risques financiers liés à la situation d'associé. L'option du salariat permet de faire du conjoint un collaborateur classique du point de vue du droit. Contrat de travail, fiche de paye, versement d'une rémunération... Il aura droit au chômage contrairement aux deux précédents statuts évoqués.

La seule limite à la réflexion est ici l'attentisme : impossible d'échapper à la question de la participation de chacun au bon fonctionnement de l'entreprise.

MATHILDE CHOMEL



Pour un environnement de travail **SAIN** et **SÉCURISÉ**



# Préventica

## 2020

### Prévenir les risques

Protéger la santé des collaborateurs et des dirigeants. Sécuriser l'activité, les biens et les données.

3 jours de solutions et de retours d'expériences.

### (Ré)inventer le travail

Adapter le travail à l'évolution de la société. Adopter de nouveaux modes d'organisation. Imaginer le travail de demain.

Un colloque exceptionnel "Gestion de crise et nouvelles organisations du travail"

### Optimiser la reprise

Préventica accompagne fortement la reprise économique en proposant un salon professionnel et des rendez-vous BtoB.

LYON - 29 SEPT > 01 OCT

LILLE - 20 > 22 OCT

Nouveau lieu / Nouvelles dates

# Bien-être des équipes  
# Performance de l'entreprise



SAFEDREV  
SE RETROUVER SÉRÈNEMENT

Préventica s'engage à proposer à l'ensemble de ses exposants, partenaires, visiteurs, prestataires et collaborateurs 3 jours d'événement professionnel en toute sérénité.

[preventica.com](https://preventica.com)

L'adéquation parfaite pour  
satisfaire vos clients.

---

**ShineTecs®**  
Brillance.

**ShieldTecs®**  
Protection.



La meilleure combinaison  
brillance et protection.

---

Pour plus d'informations, contactez-nous :

WashTec France | Produits de lavage AUWA | 200 Rue du Grand Bouland

45760 Boigny sur Bionne | Téléphone : 02 38 60 70 69 | Mail: chimie@washtec.fr

[www.auwa.de/fr](http://www.auwa.de/fr)



 **auwa**