



Future
NEXT EXIT ↗

La branche automobile en point de mire

Avec pour thème principal
«Garage et Environnement. Les rôles à l'avenir.»
et les rapports annuels 2009.



UPSA | AGVS

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

Sommaire

Préface du Comité Central	3
Le tendancialiste Matthias Horx à propos de l'évolution sociale au cours des prochaines décennies: la mobilité, les villes et les femmes font parties des mégatendances.	4
Etude «D'aujourd'hui à demain: les futurs rôles des garagistes»: les tendances actuelles offrent de nouvelles opportunités à la branche automobile	6
Interview avec le directeur d'étude Dr. Peter de Haan: «La branche automobile a le vent en poupe»	8
Trois membres UPSA présentent des exemples de réussite tirés de la pratique: un bon flair pour de nouvelles opportunités commerciales	9
Vue côté client – Ce qu'exige Christine Maier d'un bon garagiste: le contact personnel et les compétences au cœur du sujet	11
Rapports annuels 2009:	
– Secteur d'activité Prestations/After Sales.	12
– Secteur d'activité Représentation de branche Commerce/Communication.	13
– Secteur d'activité Formation et formation continue	15
– Service juridique	16
– Organisation associative et personnel.	17
Faits et données: l'évolution des membres.	18
Impressum	19

Chères lectrices, pour faciliter la lecture de cette publication, les rédacteurs ont privilégié la forme masculine.

La branche automobile se positionne pour un avenir couronné de succès

Chères lectrices, chers lecteurs

La branche automobile est en mutation. Dans le contexte économique actuel et particulièrement en relation avec l'écologisation croissante de la société, les clients ont des exigences de plus en plus diversifiées par rapport aux garagistes. Devant cette toile de fond, le garagiste se doit de se pencher sur les différents scénarii d'avenir.

L'UPSA, en tant qu'association de branche et professionnelle de pointe avec plus de 4'000 entreprises affiliées, fait face à ce défi avec ses sections et ses partenaires associatifs. Afin de mieux analyser à la loupe le rôle des garagistes, l'UPSA a fait faire une étude par des experts en automobile. Après avoir été présentée

nouvelles mesures bénéficiant d'une large assise. On y compte p.ex. les manifestations nationales et régionales en matière de formation continue, la réussite du guide environnemental, la mise en place d'un chargé de l'environnement au secrétariat central et différentes mesures en matière de communication souvent mises en œuvre avec «nos» organisations partenaires. Mais nous sommes, bien entendu, dépendants de vos inputs et de vos suggestions afin d'appréhender plus pratiquement les besoins de nos membres. C'est pourquoi nous voulons continuer à approfondir et à entretenir le dialogue avec vous.

Au cours de l'année écoulée, l'UPSA s'est également engagée en politique, auprès des autorités ainsi que d'autres «players» importants du milieu de la branche quant aux intérêts entre-



Les collaborateurs du secrétariat central, de gauche à droite: Urs Wernli, Manfred Wellauer, Pierre Daniel Senn, Hansludwig Fritzsche, Kurt Aeschlimann, Alfons Hungerbühler, Markus Juon, Nicolas Leuba, Hermann Schaller, René Degen.

en avant première lors du colloque UPSA fin janvier à Berne, cette étude est maintenant au centre de l'intérêt du rapport de gestion de cette année.

L'excellente qualité des employé/es, une technique bien mûrie et un comportement orienté vers les clients, sont à eux trois les piliers de nos entreprises. Les quelques 31 000 collaborateurs et collaboratrices dans les garages UPSA de Suisse, en plus des 10 000 jeunes de la relève suivant des cours de formation et de formation continue, en sont la garantie et sont, même en temps de mutation, l'assurance d'une clientèle satisfaite. C'est la raison pour laquelle nous voyons l'avenir de notre branche avec confiance. En effet, des exigences plus élevées sont synonymes de besoins en spécialistes confirmés. Condition préalable pour cela: une formation et formation continue professionnelle – là aussi un signe distinctif des membres UPSA.

Chers et chères collègues, personne ne peut vous prendre ce savoir-faire et ni les relations avec vos clients. C'est et cela reste votre capital. L'UPSA vous y aide et élabore constamment de

preneuriaux de ses membres. Nous le faisons avec beaucoup de passion, appuyés par une équipe de spécialistes internes et externes. Nous remercions tous ceux et celles qui nous soutiennent et nous aident à prendre en main avec succès l'avenir de notre branche automobile.

Albert Schweitzer, médecin de mission et prix Nobel de la paix, a dit une fois: «Aucun avenir ne peut compenser ce que tu as manqué dans le présent.» Cette attitude doit nous servir d'idée directrice pour répondre aux nombreux défis rencontrés dans la branche automobile. Positionnons-nous à temps dans la bonne file et mettons-nous dès maintenant en forme pour les tâches de demain!

Pour le Comité Central

Urs Wernli, Président central

Modélisation prospective de l'avenir

Connaître les besoins des clients et devancer leurs attentes est également l'une des recettes du succès de la branche automobile. Mais le monde change sans arrêt, et ce à une vitesse fulgurante. Où va la société au cours des prochaines 30 à 40 années? Matthias Horx, futurologue et tendingaliste, nous donne un aperçu sur les mégatendances des prochaines décennies et leurs conséquences sur la branche automobile.

Les mégatendances allient des forces de changement puissantes, forces qui se basent sur des vagues de fond économiques et sociales. Elles ont des répercussions sur tous les domaines de la vie (p.ex. la consommation, l'économie, la vie, etc.), sont omniprésentes et ont un caractère global. Ce, même si elles s'imposent à des vitesses différentes dans les diverses régions et cultures. Actuellement, la science part d'environ 15 mégatendances. Certaines d'entre-elles jouent un rôle prépondérant dans l'évolution de la mobilité.

«D'ici à 20 ans, la possession d'une voiture ne sera plus au premier plan des préoccupations, mais au contraire la possibilité de pouvoir en utiliser une.»

La globalisation entre dans sa troisième phase

La mégatendance «globalisation» est la plus voyante. Après les conquêtes coloniales du 15^{ème} siècle et l'éclosion du commerce mondial vers 1900, suit maintenant la troisième phase de la globalisation. L'Europe et les Etats-Unis ont exercé pendant longtemps leur suprématie. Mais aujourd'hui, des conditions égales de concurrence règnent avec d'autres continents et nations tels que p. ex. la Chine, l'Inde ou des pays Arabes. Ce déplacement d'un système unipolaire à un système multipolaire mène à une croissance rapide de la prospérité dans de nombreux pays récemment industrialisés. Les progrès dans la technique de mobilité et la venue d'Internet comme «média mondial» accélèrent ces processus.

Voitures à court rayon d'action pour la vie urbaine

La mégatendance «Ville» prend également de l'importance. Selon les pronostics des Nations Unies, 54 % de la population mondiale (env. 3,9 milliards d'individus) vivra en 2030 dans des régions à forte concentration urbaine. La technologie et des réseaux de transport très denses dans les pays occidentaux favorisent un développement de la culture urbaine. Aujourd'hui déjà, près de 80% des pays de l'Europe de l'ouest (p.ex. Belgique, Suisse, Hollande) passent pour être «totalement urbanisés» en raison d'une bonne infrastructure dans toutes les régions. L'aménagement des villes du futur va aussi devoir s'attaquer de diverses manières aux problèmes de la «sururbanisation». L'écologie, l'infrastructure et les formes d'habitat se verront intégrer, de manière plus complexe que cela n'a été possible jusqu'ici, dans la ville industrielle avec ses subdivisions en quartier d'habitation, de commerce ou industriel.

Les automobiles font partie intégrante de ces réflexions. La futurologie est majoritairement d'accord pour dire que cela sera la voiture électrique. Un regard sur le chemin parcouru montre: 77% des automobilistes font des déplacements jusqu'à 30 km. L'accent est donc mis sur les petits trajets. Les voitures électriques répondent exactement à la demande en matière de mobilité dans le trafic urbain, affichant la plus grande efficacité de coûts. De plus, dans la ville du futur – avec son réseau de production, de stockage et de consommation d'énergie -, elle assumera une fonction importante de stockage. C'est la raison pour laquelle la voiture prioritaire dans le milieu urbain sera une voiture électro/hybride économique.

L'avance féminine en matière de formation crée de nouveaux schémas de rôle

La force de la mégatendance «femme» ne repose pas sur des rumeurs ou des avis émancipateurs, mais sur une redistribution statistiquement vérifiable au cours des 30 dernières années. La quote-part des étudiantes est passée de 19 à 52%. Ce faisant, de 2000 à 2002, le nombre des femmes se lançant dans des études a pour la première fois dépassé celui des hommes. Ce processus «d'avance féminine en matière de formation» est constaté dans tous les pays européens, mais aussi dans beaucoup de pays récemment industrialisés. Ce développement a des effets puissants sur

la société, la politique et la consommation: les deux genres ont maintenant envie et prétention à une vie professionnelle; ils se débattent avec le problème de l'équilibre entre carrière et famille. La «renégociation» des rôles de l'homme et de la femme va changer durablement notre cadre de vie. Par ce biais, la composante féminine va



Matthias Horx fait remarquer que les «renégociations» quant

aussi prendre plus d'importance dans l'industrie automobile. Les femmes ont d'ores et déjà leur mot à dire en matière de consommation. Dans les pays occidentaux, les femmes contrôlent environ 70% des dépenses ménagères. Ce sont donc elles qui disent ce à quoi l'argent est dépensé et représentent ainsi, en tant que consommatrices, un potentiel à prendre au sérieux. Il faut en tenir compte lors des entretiens de ventes, mais aussi dans la palette des prestations. De plus, les profils professionnels sont également appelés à changer: les garagistes vont se mettre à employer plus de femmes. Dans une première étape, d'abord dans la vente étant donné qu'elle parle le même langage que leurs clientes. Mais, l'atelier aussi pourrait un jour se «féminiser», de manière à ce qu'en raison du développement technologique des véhicules, le «garagiste couvert de cambouis» appartienne de plus en plus au passé.

Les vieux restent jeunes plus longtemps

Autre mégatendance: le rajeunissement avec l'âge, appelé aussi «Downaging». L'espérance de vie moyenne de l'Europe va passer à plus de 90 ans au cours du 21^{ème} siècle. Cependant, ce processus ne mène pas à un «vieillessement» de la société. Il se développe au contraire de

La mobilité se transforme en besoin élémentaire

Il s'agit finalement de tenir compte de la mégatendance «Mobilité» en général. La mobilité corporelle augmente continuellement depuis l'industrialisation, et ce de plus en plus rapidement. Mais ce n'est qu'au cours de la deuxième moitié du

travail et de l'éducation. Une mobilité quotidienne accrue signifie: plus de changements au niveau du travail, du logement, plus de relations dans la vie; de manière générale, plus de complexité dans la vie. Nous avons besoin de nouvelles capacités sociales pour faire face à cette mobilité, mais aussi de nouvelles architectures, de nouveaux services et produits.

Chaînes de plus-value modifiées en ce qui concerne l'automobile

Les modèles d'utilisations et la perception du statut pour tout ce qui touche à l'automobile se modifient au milieu de ces tendances. D'ici à 20 ans, la possession d'une voiture ne sera plus au premier plan des préoccupations, mais au contraire la possibilité de pouvoir en utiliser une. Les modèles de car-sharing et les contrats de service vont prendre de l'importance.

Ceci s'accompagne aussi d'une plus-value modifiée pour les garagistes. Ce dernier gagnait jusqu'à présent son argent avec le produit «auto»; la construction et la vente du véhicule étaient des processus lucratifs. Ceci va changer à l'avenir ainsi que l'on peut le constater dans une autre branche, à l'exemple du rasoir à lames: le client le reçoit gratuitement, car les entreprises gagnent sur les lames de rasoir. Une évolution qui, d'une certaine manière, va également faire son entrée dans la branche automobile. La voiture reste encore au centre, mais la plus-value est réalisée en périphérie: surtout en ce qui concerne la communication, un service parfait, la disponibilité de mobilité. Cela signifie que de plus en plus de prestations logistiques, de services, de formes de communications et d'innovations se développeront autour du produit.

Parallèlement, le client change aussi. Les consommateurs se partagent en «non consommateurs» - c.-à-d. en abstinentes ou en chasseurs de bonnes affaires – et en «pro consommateurs». Ces derniers exigent un rapport qualité/prix correct et cherchent leurs informations sur Internet. Ils ont accès à l'ébauche et à la production, et interviennent ainsi directement dans la chaîne de création de valeur. Ce procédé est déjà en œuvre aujourd'hui, mais va se démultiplier à l'avenir.

Matthias Horx



aux rôles des hommes et des femmes vont modifier durablement notre vie.

nouveaux exemples de vie qui signifient plutôt un rajeunissement du comportement, des systèmes de valeur et des attitudes de vie. À l'avenir, nous pouvons modeler notre vie plus librement et plus consciemment que jamais auparavant et être aussi en forme avec l'âge, tout comme être très actifs socialement et économiquement.

«Dans les pays occidentaux, les femmes contrôlent environ 70% des dépenses ménagères. Ce sont donc elles qui disent ce à quoi l'argent est dépensé et représentent ainsi, en tant que consommatrices, un potentiel à prendre au sérieux.»

20^{ème} siècle qu'on en est arrivé à cette «mobilisation de masse» qui a fait des citoyens normaux, des voyageurs. Depuis, les chiffres du tourisme sont globalement en constante augmentation: le transport aérien mondial a doublé en l'espace de seulement 15 ans. Les transports automobiles et ferroviaires augmentent eux aussi sans arrêt. Mais la mobilité sociale est encore plus importante. Ce développement est fortement dépendant des tendances sociales (individualisation, femmes, downaging) et des changements du monde du

Matthias Horx est un futurologue et tendancialiste influent dans l'espace germanophone. Il a publié de nombreux bestseller au cours des dernières 25 années. Après avoir travaillé comme rédacteur pour des journaux allemands renommés, il a fondé en 1996 «l'institut du futur», qui se consacre à l'analyse et à la modélisation de développements futurs fondamentaux dans la société, l'économie et la culture quotidienne.

Les tendances actuelles offrent de nouvelles opportunités à la branche automobile

Les garagistes, en tant que premiers interlocuteurs des automobilistes, sont le maillon qui relie le véhicule et le consommateur. Comment cette relation se développe-t-elle? L'UPSA, comme association de branche et professionnelle leader comptant plus de 4000 entreprises affiliées et qui emploient 31 000 collaborateurs, s'intéresse régulièrement à cette question importante au niveau entrepreneurial. Pour ce faire, l'UPSA a mandaté la société d'ingénieurs-conseils de renom Ernst Blaser + Partner AG pour réaliser une étude dédiée aux futurs rôles des garagistes.

La tendance à économiser de l'énergie accentue le progrès technique

L'importance croissante de l'énergie se caractérise par le fait que la faim globale en énergie est due en grande partie à l'augmentation générale de la mobilité. Etant donné que les voitures de tourisme recèlent encore un grand potentiel d'économie, leur consommation en énergie va se retrouver de plus en plus souvent au centre du débat.

De ce fait, l'industrie de l'automobile subit une pression croissante et la cadence du progrès technique s'accélère proportion-

cinématiques énergétiquement efficaces sont entrés dans les mœurs. Les «valeurs internes» de la voiture sont importantes quant à savoir si une automobile colle avec une personne et son style de vie.

Les interviews d'experts révèlent que cette évolution cache avant tout deux risques pour les garagistes: d'une part, l'importance croissante prêtée aux émissions de CO₂ peut avoir des effets négatifs sur le chiffre d'affaires des garages, du fait que les véhicules plus petits ou ceux équipés de moteurs sous dimensionnés ont souvent des émissions de CO₂ plus faibles et,



A l'avenir aussi, la formation et la formation continue dans la branche automobile auront une importance centrale.

Le contexte actuel de la branche automobile est marqué par deux tendances: le changement de la mobilité quotidienne et la signification grandissante de l'énergie et les émissions de gaz à effet de serre qui en découlent. Le changement de la mobilité se distingue par le fait que toujours plus de personnes sont de plus en plus souvent en déplacement et ce, de plus en plus vite. Outre la population, le degré de motorisation augmente lui aussi et, donc, la quote-part de ménages possédant deux ou plus voitures de tourisme. C'est surtout la circulation autoroutière et de loisirs qui augmente. Le rôle de l'automobile comme pilier de la mobilité quotidienne va continuer à se renforcer. Cependant, les infrastructures, surtout dans les centres-villes, arrivent à la limite de leur capacité. C'est pourquoi l'automobile est combinée de plus avec les transports publics.

nellement. Le changement technologique a déjà été impressionnant au cours des dix années écoulées; il va encore prendre de l'ampleur dans la prochaine décennie. De nouveaux concepts de petites voitures et de micro véhicules, ainsi que des technologies de propulsion hautement efficaces, arrivent sur le marché. Mais le développement va encore plus loin: plus un véhicule est efficace au niveau de sa consommation, plus la prise en compte des émissions lors de la production et de l'élimination d'un véhicule prend de l'importance.

Automobiles avec des «valeurs intérieures»

Selon l'étude, la tendance va vers des voitures qui se diversifient et qui changent rapidement. On va vivre une renaissance de la technique. Des thèmes «d'ingénierie» tels les porteurs d'énergie et les chaînes

en même temps, sont moins chers. D'autre part, sous la pression, les garagistes courent le risque d'engager des dépenses afin de pouvoir rester à hauteur avec certaines technologies qui s'avèrent par la suite ne rencontrer que peu de succès. Il y a donc un danger de mauvais placements, particulièrement pour les petites entreprises.

«Le changement technologique a été très important ces dernières années. Il va encore prendre de la vitesse au cours de la prochaine décennie.»

Les «voitures vertes» polissent l'image et augmentent le chiffre d'affaires

Cela dit, les experts interviewés ont surtout mis l'accent sur les opportunités qui se présentent. Des véhicules plus écologiques améliorent l'image de la conduite automobile. Ceci peut favoriser l'achat de voitures et les performances de conduite. Les véhicules écologiques et pauvres en consommation sont particulièrement onéreux, ce qui peut signifier un chiffre d'affaires plus élevé. De plus, d'éventuelles primes de bonification de l'Etat pour les véhicules de catégories 'A' pourraient encourager l'achat de voitures. Certaines des personnes interviewées y voient aussi l'occasion d'explorer de nouveaux segments de clientèle et de mettre au programme des offres innovantes – surtout par le biais de deuxièmes véhicules, de prestations pour véhicules électriques, «d'Eco-check» et «d'Eco-Tuning».

En regard avec les différents domaines d'activités d'un garage, on distingue surtout des opportunités pour le commerce des voitures neuves, car ce dernier profite principalement de l'augmentation du nombre de véhicules. Le marché de l'occasion profite, lui, d'une recrudescence des changements de détenteur. Cependant, le temps d'immobilisation peut se prolonger en cas de ralentissement de la croissance. Dans le domaine des Ateliers/After Sales, le risque de baisse de la durée de vie des véhicules hautement technologiques est imminent. On peut donc s'attendre à ce que les clients délèguent de plus en plus de bricolages sur leurs véhicules à leur garage. Ceci entraîne aussi une plus grande spécialisation quant aux prestations d'ateliers demandées.

Savoir environnemental de plus en plus important

La branche automobile, en tant que première interlocutrice des consommateurs, a une importance majeure dans cette évolution. Le rôle central des garagistes se situe dans les conseils apportés aux clients, ainsi que dans le service et l'entretien des véhicules. L'avenir n'y changera rien de fondamental. Pourtant, la signification croissante des questions en matière d'environnement, de climat et d'énergie va profondément influencer la branche et l'industrie automobile au cours des prochaines années. Il faut des connaissances constamment remises à jour pour pouvoir saisir les opportunités qui se présentent.



La formation et une formation continue assidue vont garder, à l'avenir aussi, leur importance dans la branche automobile.

Trois nouvelles tendances en matière de rôles

L'étude UPSA indique trois pistes d'action pour un développement couronné de succès de la branche automobile:

1. L'importance de la formation et de la formation continue prend encore de l'ampleur. Des milliers de spécialistes doivent tout connaître sur les changements fulgurants au sein de la branche, sur les nouvelles solutions techniques et les concepts de mobilité, ainsi que sur les stimuli fédéraux. Il n'y a que comme cela qu'ils peuvent conseiller leur clients et clientes de manière crédible en tant qu'experts.

«La formation et la formation continue sont d'une importance capitale. Des milliers de spécialistes doivent pouvoir répondre aux questions de technique et d'environnement; il n'y a que comme cela qu'ils peuvent conseiller leur client de manière crédible.»

2. La prestation quant à préserver autant que possible la mobilité du client prend de l'importance. En raison du mode de vie actuel, les clients privés recourent de plus en plus souvent à des services (voiture de remplacement, chercher/rapporter la voiture chez le client, rappel actif du changement des pneus, service ou changement des accus, etc.), et veulent de moins en moins s'occuper eux-mêmes de leur automobile de plus en plus exigeante sur le plan technique. En effet, si les voitures ont bien gagné en fiabilité, les changements rapides et les exigences élevées en matière de sécurité, d'environnement et d'énergie en ont fait des voitures, des systèmes hautement complexes.

3. Le garagiste devient, pour et avec le client, un optimisateur de CO₂. La consommation d'énergie a déjà une grande importance pour les véhicules d'entreprise. La propulsion énergétiquement efficace, et donc pauvre en CO₂, devient une valeur de plus en plus importante aux yeux des consommateurs privés. Ils veulent ménager les ressources, ce faisant économiser de l'énergie et, le cas échéant, profiter de rabais fiscaux. Et, comme tout ceci doit se faire sans perdre en sécurité, en performance et en confort, les garagistes ont un rôle clé en matière de conseils. Il doit garder une vue d'ensemble sur les avantages et les inconvénients du nombre croissant de carburants et types de propulsion différents et doit pouvoir transmettre son savoir au client.

Dr. Peter de Haan

A propos de l'étude

Les questions suivantes ont été au cœur de l'étude «D'aujourd'hui à demain: les futurs rôles des garagistes»: quelles tendances sont sources de quels défis et risques? Et comment ces défis se transforment-ils en opportunités pour la branche automobile? Ce faisant, il a fallu autant tenir compte des besoins et des attentes des différents segments de clientèle, que de l'importance croissante des thèmes en matière d'environnement, de climat et d'énergie. Des interviews ont été menées dans toute la Suisse avec plus de 20 experts quant aux conditions cadres, évolutions, opportunités et risques dans les domaines «offre, demande, Etat», «vente de voitures neuves, occasions, ateliers» et «importation d'automobiles». L'accent a été mis sur le questionnement de garagistes.

L'étude est téléchargeable sous www.agvs.ch, rubrique Cours/Manifestations, Colloque UPSA.

«La branche automobile a le vent en poupe»

Lors du colloque UPSA du 20 janvier à Berne, le Dr. Peter de Haan a présenté pour la première fois les résultats de l'étude «D'aujourd'hui à demain: les futurs rôles des garagistes». Le directeur d'étude s'est aussi exprimé à propos des nouveaux segments de clientèle, du manque de reconnaissance de l'opinion publique et de la cherté de l'essence.

A l'avenir, l'automobile sera encore plus fortement combinée avec les transports publics. Est-ce qu'elle va y perdre encore de son importance?

Non, elle est et reste le pilier de notre mobilité. Une Suisse sans trains et sans tramways est à peine concevable, mais une Suisse sans voitures est en revanche absolument inconcevable. Pourtant, la mobilité globale augmente, ce qui nous mène vers des goulots d'étranglement au niveau de l'infrastructure. C'est la raison pour laquelle il faut s'attendre à une recrudescence des bouchons. Les centres-villes engorgés feront que nombres de personnes ne se déplaceront plus seulement en voiture, mais miseront sur une mobilité combinée.

Une mobilité globale croissante est un signe positif pour les garagistes suisses.

Oui, la branche automobile est croissante et elle a le vent en poupe. La population suisse augmente d'environ 1 pourcent par an. Cela signifie en principe 1 pourcent de voitures en plus par an. Parallèlement, notre société devient de plus en plus cossue. Le nombre de voitures par 1000 habitants continue de croître. Beaucoup de ménages résolvent leur problème de mobilité en possédant deux véhicules totalement différents. Une voiture familiale 4x4 et une petite voiture économe pour le trafic urbain, p.ex.

Dr. Peter de Haan a travaillé durant six années comme directeur d'un groupe de recherche à EPF de Zurich. Il y a fait, entre autres, des recherches sur le comportement des consommateurs en matière d'achat de voitures neuves. Il dirige depuis juin 2009 le groupe de protection du climat au sein de la société d'ingénieurs-conseils Ernst Basler + Partner AG et reste encore maître de conférence pour l'énergie et la mobilité à l'EPF Zurich.



Dr. Peter de Haan considère la branche automobile comme une branche en croissance.

Le besoin croissant de mobilité ouvre-t-il de nouveaux segments de clientèle?

Oui, mais pas seulement parce qu'il y a un plus grand besoin de voitures, mais aussi parce qu'il existe de nouveaux produits. Prenez par exemple, quand vous étiez jeunes, la génération marquée par le dépeuplement des forêts et son attitude ambivalente face à l'automobile. Ces personnes faisaient jusqu'à présent les marchés d'occasions parce qu'elles ne voulaient en fait pas de voitures, mais en avaient tout de même besoin. Grâce aux progrès, il existe aujourd'hui des véhicules qui répondent à leur conception. Ces clients ne doivent plus avoir mauvaise conscience quand ils conduisent. De cette façon, de nouveaux segments se dégagent.

Quand on parle de mobilité, la voiture électrique est un thème récurrent.

La mobilité électrique est une affaire plutôt à moyen, voire à long terme. Il faudra probablement attendre 2030 pour que l'on puisse acheter un break familial électrique performant à un prix raisonnable. Pour les garagistes, il est important d'en informer le client. En effet, en raison des discussions menées actuellement, beaucoup de monde pense que la voiture électrique est pour demain.

Les Euronormes ont apporté énormément de progrès au niveau de la technologie des véhicules. Mais la branche automobile se plaint souvent du manque de reconnaissance de cette prestation par l'opinion publique.

Cela sonne peut-être sévère, mais il ne faut s'attendre à des remerciements. L'opinion publique trouve ça naturel. Et pendant que l'industrie est encore occupée à digérer les Euronormes, l'opinion publique s'attaque déjà au prochain chantier sur le thème «énergie». Cependant, il ne faut pas oublier: le progrès technologique redonne du lustre à l'image de l'automobile. Dans environ 10 ans, l'automobile aura une meilleure compatibilité environnementale que certains transports publics. Ceci aussi s'insinuera avec le temps dans la perception publique.

Thème «Energie»: l'intervention de l'Etat semble de plus en plus évidente.

Il semble évident que l'énergie va devenir une raison d'état par le biais de système fiscaux, de bonus-malus ou de road-pricing.

«Le progrès technologique redonne du lustre à l'image de l'automobile.»

Cela aura un effet sur la branche automobile. Plus l'Etat s'immisce dans les discussions sur l'énergie, plus les garagistes – en tant que premiers interlocuteurs des automobilistes - auront du travail, notamment informatif.

Et en même temps, la branche doit faire face à une énergie de plus en plus chère, respectivement des prix de carburant à la hausse.

Une énergie chère n'est pas fondamentalement mauvaise pour la branche. En effet, le client doit acheter plus de technique automobile pour consommer moins d'énergie. Un exemple: quand le mazout augmente, la branche de l'immobilier se réjouit, car il faut alors construire des maisons de meilleures qualités et plus chères. Alors, si l'essence augmente, la branche automobile doit s'en féliciter. Je sais que c'est provoquant. Mais si l'on sépare l'essence de l'appareil en soi, on remarque qu'une essence chère n'est pas contre-productive pour le vendeur d'appareils. L'efficacité énergétique a un prix, elle a aussi de la valeur.

Un bon flair pour de nouvelles opportunités commerciales

Le rôle central des garagistes se situe dans les conseils apportés aux clients, ainsi que dans le service et l'entretien des véhicules. Ceci ne va pas fondamentalement changer à l'avenir. Mais cela nécessite de la part de la branche une lecture des tendances sociales actuelles, et pour en déduire de nouvelles opportunités de développement de commerce, et pour les mettre en œuvre. Lors du colloque UPSA, trois garagistes ont présenté des idées créatives qu'ils ont mises en pratique avec succès.

Les conditions de départ ne pouvaient être plus différentes: de l'éco-marketing, en passant par la prise en main directe jusqu'aux laveries pour chiens, d'intéressants projets commerciaux ont été présentés. L'idée n'étant pas de présenter une solution universelle, voire la seule idée valable, selon les trois garagistes. Leur but étant plutôt de montrer que les tendances actuelles offrent, aujourd'hui comme demain, des opportunités différentes que chacun peut prendre au vol à sa manière.

Une idée de base est commune à toutes ces mesures: gagner de nouveaux clients dans des domaines spécifiques. Sachant, par ailleurs, que des clients satisfaits vous en amènent d'eux-mêmes des nouveaux. Cependant, ces activités ne sont promet-

Ce qui est déterminant: des idées ne peuvent être mises en œuvre avec succès que si le garagiste et toute l'entreprise les soutiennent avec conviction et engagement. Comme le montrent les trois exemples de réussite suivants, il faut que le plaisir au métier soit visible, y être de tout cœur, pour convaincre les clients.

Eco-Marketing: atout vert

«La maison Grosspeter AG a élargi son portefeuille de concessions il y a cinq ans et représente aujourd'hui huit marques automobiles, du produit de niche, en passant par le spacieux, jusqu'au premium. Nous avons opté pour la concession Honda sachant que cette marque est sous représentée dans notre région et pratiquement inconnue, avec une part de marché de moins de 1 pourcent.

Outre les produits, nous avons en particulier été convaincus par le rôle précurseur de Honda en matière de protection de l'environnement. Nous y avons reconnu une opportunité pour notre secteur commercial dominé par une majorité rouge-verte. Le défi a été de se construire une image de marque de long terme par le biais d'une "éco-stratégie" et, en même temps, de vendre immédiatement des nouvelles voitures. Nous avons opté pour un mix de publicité automobile insolite, truffé de pré-

Une pierre de construction importante dans la perception de l'opinion publique a été le lancement des éco-taxis à Bâle. Plusieurs propriétaires de taxis sont passés sur la nouvelle Honda Insight. Actuellement, dix modèles sillonnent notre région et font ainsi une publicité permanente pour ce véhicule. Nous avons complété le



Stefan Baltisberger est le directeur commercial de la maison Grosspeter AG à Bâle. Ce grand garage, avec plusieurs implantations dans les environs de Bâle et au-delà de la frontière en Allemagne emploie 250 collaborateurs.

lancement avec une série d'autres actions. Nous avons, p.ex., distribués pour la première fois notre brochure d'image de marque. Nous y informons sur notre engagement écologique, la marque et le terminal. De plus, nous parlons d'offres supplémentaires, tels que l'éco-pack, un tuning ménageant l'environnement ou des pneus énergétiquement efficaces. Nous avons largement distribué cette brochure pendant des mois; aussi par le biais des éco-taxis. Nous avons également collecté de nombreuses nouvelles adresses grâce à un concours que nous y avons placé.

L'éco-marketing n'est pas une recette patentée et ne donne pas de résultats à court terme. Mais implémenté dans un concept global, cela peut être un instrument utile qui génère un avantage à long terme en matière de concurrence. Cependant, ces mesures coûtent de l'argent et nécessitent, pour un petit volume de vente, le soutien de l'importateur pour leur mise en œuvre. Pour nous, le courage a payé: nous avons augmenté nos ventes de 60 pourcent depuis le début de la campagne.»



Penser plus loin que l'automobile: les tendances actuelles offrent aux garagistes des possibilités pour gagner de nouveaux clients et fidéliser les clients existants.

teuses à long terme que si elles sont mises en œuvre durablement. Telle une pompe à huile qui injecte du lubrifiant dans un moteur, différentes mesures permettent de viser en permanence de nouveaux clients et de les rapprocher des endroits révélateurs de l'entreprise.

sentations voyantes style «salon». Le tout toujours accompagné d'un fil vert tel que visible dans le showroom du terminal de Bâle: un concept décoratif très 'nature' avec gazouilllements d'oiseaux, beaucoup de plantes, de l'herbe et des murs verts, qui donne une sensation de bien-être.

Réception directe: plus de proximité au client

«La prise en main directe, appelée aussi engagement du dialogue, focalise sur l'inspection commune du véhicule avec le client et sur la communication qui en découle. Un local séparé, bien éclairé, des fenêtres et un pont de levage rapide sont une base idéale pour ce faire.

Afin que le client puisse se prendre suffisamment de temps, un rendez-vous est pris comme pour aller chez le dentiste. Une bonne préparation et le contrôle du dossier client s'avèrent également utiles. Car souvent des questions sont posées tel que: «Est-ce que ça n'a pas déjà été fait la dernière fois?» ou «Est-ce que je bénéficie encore de la garantie pour cette pièce?»

Le garagiste ne devrait pas tenir un monologue spécialisé pendant l'inspection du véhicule, mais intégrer le client dans un dialogue actif. Ainsi, le carnet de service est passé en revue, les annotations et les travaux nécessaires sont expliqués. Tout est inspecté ensemble: pneus, freins,



Markus Tschudin travaille comme chef du service client de la maison Frenken-Garage AG à Pratteln. L'entreprise qui compte 25 employés, fête cette année ses 40 ans d'existence.

moteur, manchons, pot d'échappement, suspension et bas de caisse. Le client voit de quoi on parle et le garagiste, de son côté, donne des conseils, ou explique les rapports entre les uns et les autres. De cette façon, une transparence optimale est assurée étant donné que le client peut mieux évaluer le travail à faire. Parallèlement, d'autres aspects peuvent être abordés comme, p.ex., l'état des essuie-glaces, le remplacement de la vignette autoroute ou le nettoyage du véhicule. Les informations recueillies servent à proposer éventuellement d'autres prestations ou accessoires.

La mise en place et le développement d'une réception directe ne se fait pas rapidement. La plupart des véhicules n'est amenée qu'une fois par an au service. C'est pourquoi cela dure de trois à cinq ans jusqu'à ce que le client s'habitue à ce genre d'inspection et de rendez-vous. Nous travaillons depuis le début à nos techniques de communication, améliorons les processus, les check-lists et les formulaires. Mais la patience paye: la grande majorité de nos clients réagit de façon très positive à nos prestations et nous reste fidèle.»

Laverie automatique élargie: tombé sur un os

«Certaines réactions de mes mécaniciens ont montré qu'ils évitaient autant que possible les véhicules de propriétaires de chiens. Pour une simple raison: une forte odeur se dégageait de la plupart des véhicules. En tant que propriétaire de chien, je me suis intéressé personnellement à ce sujet. Je suis tombé sur la solution fin 2005 par le biais d'une publicité de l'ESA pour une laverie pour chiens. Étant donné que notre entreprise subissait des transformations à cette époque, j'ai fait intégrer la laverie pour chiens sans perte de temps. Avec un effet domino pour conséquence: notre garage s'est ouvert à de nombreux propriétaires de chiens qui utilisaient la laverie. Nous avons ainsi attiré l'attention du fabricant d'aliment pour chiens Royal Canin. Nous distribuons depuis lors avec succès la ligne de produits pour chats et pour chiens dans notre assortiment. Et pour finir, nous complétons notre palette avec la vente et le montage de box pour chiens. Grâce à ce service complet pour propriétaires de chiens, nous avons pu dégager un nouveau segment de clientèle, avons pu lier des contacts positifs et vendons au-delà de notre seule région.



Markus Lerch est le directeur de la maison Lerch AG à Rothrist, qui emploie 29 collaborateurs.

Nous organisons aussi régulièrement des manifestations autour de notre laverie automatique pour voitures. Notre devise pour ces manifestations dites Car-Wash-Parties s'intitule «Laver autrement». Nous les organisons comme mesures d'accompagnement lors de salons dans le but d'augmenter la fréquence des clients. Il suffit de peu pour transformer le nettoyage d'un véhicule en une expérience agréable: une laverie moderne au centre, un pré lavage manuel individuel et sympathique, un personnel aimable (peut-être même portant des uniformes originaux), des places assises confortables ainsi que quelque chose de bon à se mettre sous la dent et des boissons.

De plus, en collaboration avec les moniteurs de conduite de la région, nous invitons les élèves conducteurs, les nouveaux conducteurs et les femmes à des cours de dépannage. Nous voulons leur apprendre comment éviter certains problèmes ou comment les maîtriser plus simplement. Cette idée engendre des réactions positives et est activement soutenue par les moniteurs de conduite.»

Contact personnel et compétence sont primordiaux

Une étude de l'UPSA considère le rôle des garagistes du point de vue des experts. Mais à quoi le client attache-t-il de l'importance? Christine Maier, animatrice professionnelle du colloque UPSA nous donne un premier point de vue. En tant que femme alliant le succès professionnel et la famille, elle ne répond pas seulement à certaines mégatendances. Elle sait aussi exactement ce qu'elle attend de son garagiste.

Selon une étude, à l'avenir, les travaux sur les automobiles seront de plus en plus souvent délégués aux garages. Est-ce que vous mettez vous-même la main à la pâte pour changer les pneus ou faire une vidange?

Pour l'amour du ciel, je ne conduirai jamais une voiture dont j'aurai changé moi-même les pneus. Je ne suis vraiment que peu douée pour le travail manuel. Par contre, je remarque rapidement si quelque chose cloche avec ma voiture. Comme, p.ex., récemment, un roulement défectueux. Je l'ai directement amenée au garage.

Votre de garagiste est donc une personne de référence importante?

Absolument. Je suis contente de savoir que lorsque je lui remets ma voiture, celle-ci est entre de bonnes mains. Je vais même plus loin: je ne veux pas forcément savoir quel type de réparation ou de service il a fait. L'important est qu'elle roule de nouveau impeccablement.

Etes-vous satisfaite de son travail?

Très. Nous nous connaissons depuis des lustres. Il avait repris le garage de son père et ce dernier comptait mon papa parmi ses clients. Cela a l'avantage qu'il sait anticiper mes besoins. Il sait, p.ex., que j'ai tendance à attendre trop longtemps avant de faire monter les pneus d'hiver. C'est pourquoi il arrive qu'il sonne à ma porte et réclame mes clés de voiture avec insistance. Peu de temps après, ma voiture est de nouveau devant ma porte, chaussée des pneus adéquats. Je trouve ce service super.

Qu'est-ce qui, de manière générale, distingue un bon garagiste?

Le service de mon garagiste est évidemment très spécial. Ce n'est pas forcément commun, et donc, à mon avis, pas vraiment une condition sine qua non pour faire un bon garagiste. Mais le contact personnel est primordial. La compétence aussi, d'ailleurs. Il faut qu'il me donne l'impression de savoir de quoi il parle et ce

complexes, il y a probablement plus de questions qui se posent qu'auparavant quand on est automobiliste.

Les types de propulsions alternatives ne soulèvent pas seulement des questions, elles offrent aussi l'opportunité de conquérir une nouvelle clientèle. Pouvez-vous imaginer de vous acheter une fois une voiture hybride ou électrique?

Je roule actuellement encore un vieux



Faire chercher sa voiture devant son domicile et se la faire ramener: **Christine Maier** est élogieuse quant au service de première classe de son garagiste.

qu'il fait. Que cela concerne ma voiture qui compte déjà près de 235 000 km au compteur ou, à l'avenir, si j'ai besoin de conseils pour l'achat d'un nouveau véhicule.

«Mon garagiste doit me donner l'impression de savoir de quoi il parle et ce qu'il fait.»

En quoi voyez-vous le rôle des garagistes?

Je pense que les garagistes tiennent un rôle important en terme de «Mobilité». Ils sont les premiers interlocuteurs lorsque les automobilistes suisses ont des questions ou des problèmes pour tout ce qui touche à l'automobile. De plus, par les temps qui courent, avec les différents modes de propulsion et les technologies

modèle. Mais je m'intéresse beaucoup aux propulsions alternatives, plus particulièrement à la mobilité électrique. Une voiture électrique doit cependant remplir certaines conditions à mes yeux. En tant que mère qui va souvent en montagne avec ses enfants, un break et quatre roues motrices sont deux points importants. Le prix joue également un rôle. Lors d'un colloque sur la mobilité électrique, un expert a prétendu que de tels véhicules seraient sur le marché d'ici trois ans. Pourtant, lors du colloque UPSA, c'est l'horizon 2030 qui a été nommé. J'attends simplement que se présente la voiture électrique dont j'ai besoin.

Christine Maier commence ses activités à la télévision suisse en 1987. Elle travaille de 1991 à 1998 comme rédactrice et animatrice de diverses émissions de la ZDF et de la radio bavaroise. Elle revient en 2001 au sein de la télévision suisse en tant que rédactrice et animatrice de l'émission «Zischtigsclub». Après la démission de Ueli Heiniger, chef pendant des années de l'émission «Club», elle en reprend la direction.

Plus-value grâce à l'affiliation UPSA

Une affiliation à l'UPSA comporte plusieurs avantages tels que la formation et la formation continue professionnelle, ainsi que la classique défense des intérêts de notre industrie dans le public. Mais les garagistes profitent aussi d'une plus-value claire au quotidien. Economies ou recettes supplémentaires à hauteur de plusieurs milliers de Francs suisses par an sont facilement réalisables si les prestations de l'association sont utilisées avec dextérité dans le domaine de l'After Sales.

Contrôle des sinistres: moyen de communication sous forme de brochure

Dans un marché où l'on se dispute à présent les nouveaux clients, les compagnies d'assurances optimisent leurs coûts. Ceci au détriment des prestataires effectifs que sont les garagistes et les carrossiers. Les relations entre client, assureur et garagiste s'en ressentent de manière sensible.

L'UPSA a publié une brochure très populaire sur le contrôle des sinistres qui est à considérer comme moyen de communication et de contre-mesure. Celle-ci informe les clients sur les différents types d'assurances et sur le thème du contrôle des sinistres. De plus, cette brochure met en avant le garagiste comme spécialiste en cas de sinistre.

Entretien du système anti-pollution et check écologique

Malgré la discussion actuelle sur le changement climatique et la protection de l'environnement, le Contrôle fédéral des finances vérifie la nécessité de l'entretien obligatoire du système anti-pollution. Dans le cadre de cette évaluation, des garagistes ont également été questionnés par téléphone. Un rapport concluant est attendu pour mi-2010.

L'UPSA ne cesse d'attirer l'attention sur l'importance de l'entretien du système antipollution. Outre le respect de l'ordonnance sur la protection de l'air, cette fonction assure que les véhicules circulent sans failles et sûrement. Comme mesure d'accompagnement, l'UPSA va introduire un check écologique. Le check doit aider le garagiste à se profiler comme partenaire le plus compétent en ce qui concerne les travaux d'entretiens. Cette mesure de fidélisation du client souligne les efforts de l'UPSA dans le domaine de son message principal «Garage et environnement: Nous participons.»

Instrument de calcul pour les coûts de montage

L'UPSA soutient la liste de prix des pneus, liste qui a fait ses preuves et qui est publiée deux fois par an par l'ESA. Outre des prix de pneus adaptés au marché, les coûts des prestations sont déterminants pour réussir dans le commerce des pneus. Pour soutenir ses membres, l'UPSA met à disposition sur son site Internet un instrument destiné à calculer les coûts de montage.

Matériel de bureau à prix réduit

Depuis 2009, les membres UPSA bénéficient chez iba AG de divers avantages en matière de prix et de prestations gratuites dans le domaine du matériel de bureau. Quoi que commandent les garagistes, ils profitent toujours en tant que membres UPSA des offres les plus avantageuses chez iba, avec des rabais jusqu'à 30%.

Service téléphonique gratuit: 0800 82 82 82, E-Shop:www.iba.ch

Frais d'encaissement uniquement en cas de succès

La Trans-Inkasso&Finanz AG (TRIFAG) soulage les garagistes UPSA du travail de recouvrement et aide à préserver les liquidités du garage. On ne paye qu'en cas de succès, soit 8 pourcent du montant recouvert. La TRIFAG est membre de l'Association Suisse des Sociétés Fiduciaires de Recouvrement (VSI) et se distingue par un taux de réussite élevé grâce à un traitement correct des mandats de recouvrement.

Contact: 026 494 31 22, www.trans-inkasso.ch

Solution IT de branche pour garagistes UPSA

Lors de l'exercice écoulé, quatre produits ont été développés sous le nom de «ARTEcar powered by Microsoft» et mis sur le marché début 2010. ARTEcar est une solution de branche globale couvrant tous les domaines et toutes les marques. Son logiciel convainc par une interface d'utilisateur simple qui s'appuie sur Microsoft Office.



Le garagiste a le choix entre tirer la solution IT de branche à partir d'une prise murale (on-demand) ou l'installer fixement dans l'entreprise. La solution dite on-demand peut s'acquérir sans gros investissement et être réglée par mensualités modérées et par poste de travail utilisant ARTEcar.

Conseiller à la clientèle dans la région Espace Mittelland

Depuis février 2009, un conseiller à la clientèle de l'UPSA rend visite aux garagistes UPSA des sections Berne/Jura, Soleure, Deux Bâles et Argovie. Il informe les membres sur des thèmes de branche importants et leur présente les prestations de l'UPSA. Les quelques 400 garagistes visités jusqu'à présent ont apprécié ce nouveau service. Le service externe sera élargi d'un conseiller supplémentaire en 2010 pour les sections de la Suisse romande.

Markus Aegerter, Chef du service Prestations/After Sales

Les efforts de l'UPSA récompensés de toute part

Projet «Nouvel immeuble Berne»

L'UPSA, la section UPSA Berne/Jura, la caisse de compensation 33 de l'AVS, l'ASTAG (Association Suisse des Transports Routiers), la caisse de pension CP MOBIL ainsi que l'USIC section Berne et Mittelland souffrent d'un manque de place.

C'est la raison pour laquelle ils se sont associés dans un consortium de construction qui a pour but de planifier un nouvel immeuble à proximité de la place Wankdorf à Berne. Le cœur du projet est constitué de deux ateliers (constructions en bois) dans lesquels les partenaires veulent exercer à l'avenir leurs activités de formation et de formation continue.

Les locaux de direction et d'administration des activités associatives sont prévus dans un bâtiment en dur de 6 étages. L'efficacité des processus commerciaux et la coordination entre les différentes unités organisationnelles sont assurées par les distances minimales à parcourir sur le terrain.

Différents locaux modulables pour séminaires, cours et formations sont prévus au rez-de-chaussée. S'y ajoute une cantine pouvant accueillir de 300 à 400 personnes. Divers travaux de préparation ont été réalisés en 2009 quant à ce projet ambitieux, et un avant-projet a été adopté.

Le projet détaillé sera élaboré début 2010, projet qui sera soumis aux autorités communales pour approbation à la fin du premier trimestre 2010. Le consortium compte recevoir l'autorisation de construire vers la fin de l'été 2010. La remise des nouveaux locaux doit se faire au printemps 2012.

Malgré un environnement économique difficile, l'UPSA peut se retourner sur une année politique et médiatique couronnée de succès. Les intérêts des membres ont été défendus activement tant en Suisse qu'à l'étranger. L'UPSA a optimisé sa communication ciblée et a renforcé ses contacts avec les représentants des autorités et les politiciens. Elle a émis des signaux positifs par le biais de colloques actuels et de sa table ronde médiatique. Ce faisant, l'UPSA a montré que la branche automobile est en mouvement et peut jeter un regard optimiste vers l'avenir. Pour finir, des jalons importants ont été posés dans le dossier sur la TVA.

Vent en poupe pour le marché de l'occasion

La retenue enregistrée dans le commerce des voitures neuves a eu des répercussions sur le commerce des occasions qui a enregistré une légère croissance de 4,1 pourcent. 689 850 voitures ont changé de propriétaires par rapport à 662 844 l'année précédente.

La sensibilisation des automobilistes quant à des véhicules à faible consommation et énergétiquement efficaces se ressent aussi de plus en plus dans le commerce des occasions. Cette évolution a été renforcée par une forte présence médiatique des thèmes environnementaux et climatiques



Le 2^{ème} colloque des véhicules utilitaires UPSA et ses intervenants de renom ont éveillé beaucoup d'intérêt.

La Suisse y laisse quelques plumes

Même sans prime à la casse, la Suisse a bien maîtrisé une «année de l'auto» fortement secouée par la crise financière et économique globale, ce même avec des ventes de voitures neuves légèrement sur le recul. Si 288 525 automobiles ont été vendues encore en 2008, seules 266 018 véhicules ont trouvés acheteurs en 2009. Soit un moins de 7,8 pourcent ou 22 507 nouvelles voitures. Par contre, le secteur des véhicules utilitaires a enregistré, lui, une forte baisse à la vente. Pour les utilitaires légers jusqu'à 3,5 tonnes, le chiffre de 21 636 unités vendues représente un moins de 10,8 pourcent; voire une diminution de 14,3 pourcent pour les véhicules de transport lourds ou seulement 4319 poids lourds vendus.

l'année passée et a eu des répercussions très nettes sur les chiffres de changement de propriétaires de certains modèles. Une fois de plus, les membres de la commission de tarification de VL et des PL ont été mis à l'épreuve quant à évaluer à temps et avec clairvoyance la situation du marché.

Plateforme de réseau pour la branche des véhicules utilitaires

«La branche des véhicules utilitaires est capitale pour l'économie suisse, mais subit en même temps un feu roulant du côté des politiques, de même qu'elle est soumise à de fortes pressions. C'est là, la conclusion tirée du 2^{ème} colloque des véhicules utilitaires UPSA. Des intervenants de renom y ont clarifié les perspectives d'avenir de la branche et ont offert aux participants un programme varié, orienté à la pratique et piqué de discussions controversées.

Abouissement de la déduction de l'impôt préalable fictif et taux de la dette fiscale nette

Les fruits du travail intense de ces dernières années ont été récoltés. Les deux affaires principales du dossier de la taxe sur la valeur ajoutée - la déduction de l'impôt préalable fictif au lieu de l'imposition sur la marge ainsi que les nouveaux taux de la dette fiscale nette - ont été entérinés à quelques détails près selon les desideratas de l'UPSA. Ainsi, l'imposition sur la marge combattue depuis le début a trouvé une fin.

En tant que participant au processus de mise en consultation, l'UPSA avait déposé auprès du département fédéral des finances une prise de position complète quant au projet de la nouvelle loi sur la TVA (nLtv), papier qui exposait les demandes de la branche automobile et ses plus de 5500 entreprises et qui proposait des améliorations constructives. Outre un nombre de conquêtes plus modestes mais néanmoins importantes, la réglementation de la déduction de l'impôt préalable fictif a également trouvé son admission dans la nLtv, ce à l'encontre des attentes des cercles spécialisés. Ceci représente un soulagement énorme tant administratif que financier pour la branche automobile. Ce succès est à mettre au compte d'une alliance entre des défenseurs d'intérêts dépassants la seule branche automobile, des experts en taxe sur la valeur ajoutée et le groupe de travail TVA de l'UPSA.

La branche automobile a besoin d'une concurrence loyale

L'année passée aussi, l'UPSA, représentée par son groupe de travail REG ainsi que par d'autres défenseurs d'intérêts issus de onze associations suisses, a poursuivi son combat en faveur d'un maintien permanent de la communication concernant les accords verticaux dans le domaine de la distribution automobile en Suisse, laquelle garantit une concurrence loyale au sein de la branche.

Pour ce faire, l'UPSA a mandaté l'institut de droit économique de la Haute Ecole de Sciences Appliquées de Zurich (ZHAW) avec l'élaboration d'une expertise empirique fondée. Cette expertise fait une analyse juridique et économique de la CommAuto et des répercussions d'une disparition éventuelle de la réglementation spécifique de branche et générale concernant les accords concurrentiels verticaux. L'étude,



Travail de persuasion: l'UPSA se bat avec des arguments fondés pour la communication concernant les accords verticaux dans le domaine de la distribution automobile - CommAuto.

d'une grande importance pour toute la branche et qui est aussi une nouveauté en la matière au niveau européen sous cette forme, a bénéficié d'une reconnaissance internationale. L'UPSA a publié cette étude en septembre à l'occasion d'un colloque spécialisé devant un parterre de plus de 260 personnes intéressées venues de la politique, des autorités, de membres et des médias.

Garage et environnement: Nous participons.

Le thème principal «Garages et environnement: Nous participons.» a été lancé à l'occasion du colloque UPSA de janvier 2009. Des intervenants de renom issus des milieux de l'industrie automobile, des assurances et des autorités fédérales y ont pris la parole sous la direction de l'animateur de télévision Urs Leuthard. Ils ont débattu, lors de conférences et de discussions, des défis auxquels les garagistes devront faire face dans le contexte du débat sur le climat. De son côté, le motoriste renommé, Mario Illien, a jeté un pont vers le produit «automobile», produit encore source d'émotions fortes.

L'UPSA a également profité du lancement de son thème principal pour présenter son guide environnemental: une brochure informative détaillée et factuelle quant à l'environnement, l'énergie et l'automobile, complétée par un index de 150 termes sur ces thèmes.

Cultiver et soigner les contacts avec les médias

Le fil rouge des thèmes sur l'environnement et le climat s'est poursuivi en août à l'occasion de la table ronde médiatique de l'UPSA «Les rôles des garages suisses au sein du débat sur le climat».

Les représentants des médias spécialisés et vulgarisés s'y sont informés en première main des nombreuses mesures mises en œuvre par l'UPSA, ainsi que des premiers résultats et expériences enregistrés. Des conférenciers internes et externes ont fait la lumière sur les défis hétérogènes auxquels fait face le garagiste dans ses affaires quotidiennes avec ses clientes et clients.

Parrainage actif d'apprentis

L'équipe de communication, aidée par la commission de relations publiques des sections UPSA, reste collée au ballon dans le but d'optimiser et de développer les instruments de communication. C'est ainsi que de nouveaux sujets publicitaires pour les formations professionnelles initiales et les formations professionnelles supérieures ont été élaborés, que les brochures informatives ont été actualisées et que l'orientation rédactionnelle de la revue associative AUTOINSIDE a été testée par le biais d'un sondage auprès des membres.

Une nouvelle solution Internet est à disposition des associations de concessionnaire de marques depuis début 2009, solution qui leur offre, à des conditions avantageuses, un site Internet de base bénéficiant d'une structure de départ uniforme. Les associations BMW/MINI, Opel, Smart et VW/Audi/Seat/Skoda en font d'ores et déjà usage.

Katrin Portmann, Cheffe du service Commerce/Communication

La formation initiale – un modèle de réussite: le développement de la qualité se poursuit

Avec 9500 contrats d'apprentissage en cours dans toute la Suisse, l'UPSA est l'un des plus importants prestataires en la matière du pays. Ce faisant, le mécanicien en maintenance d'automobiles et le mécatronicien d'automobiles font encore partie des métiers masculins les plus attractifs. C'est réjouissant, d'autant que la formation initiale est un fondement solide de la formation professionnelle de notre union.

Pour conserver un «modèle à succès», il faut constamment l'améliorer. C'est la raison pour laquelle un grand nombre de spécialistes de la formation professionnelle s'engage dans la formation initiale de la branche automobile. Ce, pour en garantir un développement durable. Les connaissances des différentes instances de formation professionnelle ont été regroupées systématiquement tout au long de l'année. Les responsables situent les plus grandes carences dans le domaine de la formation en entreprise. C'est pourquoi, des systèmes seront développés prochainement en vue d'élever la qualité de la formation. En effet, chaque amélioration apportée à la qualité dans la formation a un effet positif sur la formation continue suivante.

Examens modulaires pour garantir les mêmes exigences

La formation professionnelle supérieure enregistre le plus grand nombre de diplômés chez les diagnosticiens d'automobiles. En moyenne, 162 brevets fédéraux par an ont été délivrés ces trois dernières années à des spécialistes. La formation des diagnosticiens d'automobiles se déroule dans 18 implantations différentes. Au contraire de la formation initiale, le niveau spécialisé nécessaire est déterminé par le biais d'examens modulaires. Ainsi, les mêmes exigences ont cours dans toute la Suisse.

La reconversion vers le concept de formation modulaire a eu pour conséquence quelques modifications au niveau des examens. La Commission d'Assurance de la Qualité (CAQ) est en charge de cela. Au plus tard en été 2011, lorsque les premiers mécatroniciens d'automobiles recevront leur certificat fédéral de capacité, il faudra que les centres de formation de diagnosticiens d'automobiles sachent clairement s'il faut réadapter la formation future. La même question va se poser en ce qui concerne la formation profession-



En 2009, 900 experts ont été formés à la formation technique de base.

nelle supérieure (conseiller de vente automobile et conseiller de service à la clientèle avec brevet fédéral, ainsi que gestionnaire d'entreprise diplômé du secteur automobile).

De nombreux clients utilisent le centre de Wiedlisbach

Le centre de formation de Wiedlisbach est une plateforme idéale, bien placée et accessible, pour la branche automobile. Il dispose d'une infrastructure moderne avec de bonnes possibilités d'accès et de stationnement. Des importateurs, des équipementiers, des prestataires indépendants en matière de marques, ainsi que des entreprises proches de la branche comptent parmi nos clients. Ils utilisent notre centre pour y organiser différentes manifestations. De plus, la création et l'entretien d'un réseau automobile génèrent des recettes locatives supplémentaires.

La sécurité du travail minimise les coûts et les tracas

La sécurité du travail est payante. Les entreprises qui accordent une grande importance à ce sujet, sont mieux préparées pour affronter l'avenir. Elles offrent à leurs employés un environnement de travail sain et leurs mettent à disposition des instruments de travail sûrs. Outre le respect des exigences légales, la sécurité du travail et la protection sanitaire évitent aux collaborateurs des souffrances humaines et minimisent les tracas et les coûts pour les entreprises.

La solution de branche de l'automobile et des deux-roues (SAD) est un instrument efficace quant à respecter les exigences légales en la matière (directive 6508 CFST). La personne de contact pour la sécurité du travail (PERCO) élabore un concept de sécurité à l'aide d'un manuel, identifie les

sources de dangers potentiels et implémente dans l'entreprise les mesures de sécurité correspondantes. Ces mesures doivent être mises en œuvre de manière conséquente pour obtenir des résultats. Les PERCO sont familiarisés avec le manuel de sécurité lors d'une formation de base.

2887 entreprises sont affiliées à la SAD. En 2009, six cours d'introduction et neuf cours de formation continue EDEX 03 (Echanges d'expériences de la 3^{ème} génération) ont eu lieu. La gestion correcte des absences fait partie des questions qui restent d'actualité pour les petites et moyennes entreprises. La négliger peut être source de pertes importantes.

Le fonds de formation professionnelle s'est établi

L'histoire du fonds de formation professionnelle connaît un succès grandissant auprès des garages. Tout doucement, l'idée de la nécessité d'une formation professionnelle initiale relative à la branche et d'une formation supérieure dans la branche automobile et dans le commerce automobile au niveau fédérale, s'impose. Ainsi, par exemple, toutes les personnes en troisième année de formation aux métiers des véhicules ont eu l'occasion début juin 2009 de visiter pendant une journée le domaine spécialisé de technique automobile de la Haute école spécialisée bernoise. Plus de 500 personnes en formation ont profité de cette opportunité et ont ramené chez elles des inputs précieux quant à la planification de leur carrière. Grâce au fonds, notre formation professionnelle reste moderne et concurrentielle dans le secteur automobile, et contribue au modèle de réussite économique suisse.

Alfred Leuenberger, Chef du service Formation et formation continue

Service juridique – un souhait: rajouter son grain de sel

La vie est compliquée; pratiquement aucun aspect qui ne doit pas en être clarifié juridiquement. L'année passée, le service juridique a fait son travail d'office juridique et de conseil en bonne entente avec les clients tant internes qu'externes. Des prises de position politiques différenciées au sujet de mises en consultation et d'auditions, aussi bien que des conseils juridiques aux garages affiliés, en ont autant fait partie que la publication de questions juridiques actuelles dans les organes de l'UPSA.

Première consultation gratuite

L'une des utilités appréciées de l'affiliation UPSA est la première consultation gratuite pour pratiquement tous les ennuis et toutes les injustices qui peuvent s'abattre sur un garage. Souvent, le service juridique fait en quelques minutes une première évaluation du cas et propose des solutions. Les risques d'escalades possibles et d'éventuelles mesures préventives, comme p.ex. la recherche en temps voulu de l'aide d'un avocat, sont également examinés.

Prises de position au sujet des mises en consultation

Au cours de l'exercice écoulé, le service juridique a pris position par rapport à des mises en consultation et à des auditions de toute sorte. Pour n'en citer que quelques exemples: décisions fédérales «Étape de financement 2011-2014 du trafic d'agglomération» ainsi que «Élimination des goulots d'étranglement autoroutiers», révision de la loi sur le CO₂, modification de l'ordonnance réglant l'admission à la circulation routière, respectivement des exigences minima à la capacité de conduire des véhicules motorisés, ordonnance sur le marquage de voitures de tourisme avec l'étiquette environnementale.

Les contrats types sont terminés

Après de nombreux travaux préparatoires et de clarifications, les trois contrats types pour vendeur d'automobiles, personnel de garage ainsi que commerçant dans la branche automobile, sont maintenant terminés. Ils sont disponibles depuis fin janvier 2010 sous forme de set, y compris directive pour garagistes et règlement pour employés en allemand, français et italien.

Informations par le biais de canaux différents

Le service juridique réfléchit sans cesse aux informations qui pourraient être d'utilité aux garages. Les contributions actuelles sur le site Internet en font autant partie que les publications via info-mail ou dans AUTOINSIDE. Ainsi, l'année passée par exemple, des informations ont été publiées à propos de cambriolages dans les garages, ainsi qu'un article sur les requins et autres escrocs en matière de registres et de carnets d'adresses

Alexander Ammon, chef Administration et Service juridique



Les collaborateurs du secrétariat central sont tous les jours sur le pont pour défendre les intérêts des membres UPSA (pas au complet).

Avec une stratégie forte vers le succès

L'objectif le plus important de l'association professionnelle et de branche UPSA, est de soutenir ses membres. Elle s'assure que toutes les mesures nécessaires soient prises pour créer et maintenir des conditions cadres aussi bonnes que possible quant au développement entrepreneurial. Le contrôle de la stratégie a été, entre autre, au centre de ses activités. La collaboration avec ses sections est tout aussi importante pour un travail associatif couronné de succès.

L'intensification de la collaboration avec les 20 sections a été au premier plan du congrès annuel à huit clos du comité central et des cadres en avril. A cette occasion, les participants ont analysé de quelle manière le dialogue entre les comités, les membres des commissions, les chargés d'affaires ainsi que l'UPSA, pouvait être intensifié et ainsi assurer un succès commun. A l'appui des propositions de solutions élaborées, des mesures à moyen et à long terme doivent maintenant être mises en œuvre.

De plus, le comité central s'est penché en automne sur l'actualisation de la stratégie de l'UPSA. Cette entreprise sera poursuivie lors de la formation des cadres 2010.

En outre, les cours de perfectionnement des collaborateurs, à l'instar de la formation des cadres, portent leurs fruits. Afin d'être un interlocuteur compétent à tous les niveaux pour les membres de l'union et d'autres partenaires, les collaborateurs de secrétariat central se perfectionnent dans les disciplines «présentation personnelle», communication, comportement en équipe et commercer activement. Des exemples pratiques délicats tels que les réclamations de clients, les entretiens conflictuels et les négociations y sont traités en particulier. Les collaborateurs s'y occupent également d'orientation de la clientèle, de technique de travail et de gestion du temps.

Mutation de personnel 2009: La direction du domaine d'activité Commerce/Communication a été transmise à Katrin Portmann (ex-Cheffe Communication). Nous accueillons au secrétariat central Filiz Salaman (à temps partiel) dans le domaine Formation et formation continue. Alexandre Ammon est le nouveau chef du Service juridique de l'UPSA. Kurt Pfeuti est entré en fonction comme premier conseiller à la clientèle pour la région Espace Mittelland dans le domaine Prestations/After Sales. Nous remercions ici Ursula Balmer, Gregor Bucher, Claudia Burri et Denise Donetta qui nous ont quittés, pour leur engagement au profit de l'UPSA.

Comité central

L'Assemblée de Délégués a confirmé le Comité Central en 2009 pour un nouveau mandat de trois ans. Il se compose comme suit:

Aeschlimann Kurt, Autohaus Steffisburg-Thun AG, Steffisburg
Degen René, Gorenmatt Garage AG, Binningen
Fritzsche Hansludwig, Garage Rivapiana SA, Minusio
Hungerbühler Alfons, City-Garage AG, St. Gall
Juon Markus, Aaron Autoelektro-Garage, Glis
Leuba Nicolas, LARAG Romandie, Echandens/Meyrin/Monthey/Yverdon-les-Bains
Schaller Hermann, Garage E. & H. Schaller, Zermatt
Senn Pierre Daniel, Automobiles Senn SA, Neuchâtel
Wellauer Manfred, AMAG Automobil- und Motoren AG, Zurich
Wernli Urs, AGVS, Berne

Sections

L'ancrage régional est une condition importante pour garantir un travail associatif couronné de succès de l'UPSA. 20 sections et 5 sous-groupes assurent la proximité avec nos membres dans toute la Suisse.

Chargé d'affaires

15 commissions et plusieurs groupes de travail s'emploient jour après jour à défendre les intérêts des membres de l'UPSA. De plus, plus de 300 experts travaillent pour les examens professionnels fédéraux et pour les examens spécialisés supérieurs. Le comité leur adresse ses plus vifs remerciements pour leur aide, et en particulier aux présidents des commissions pour l'exercice de leur fonction.

Baschnagel Peter, E. Baschnagel AG, Windisch: Commission des examens spécialisés supérieurs et Commission d'assurance de la qualité - Conseiller de service à la clientèle

Bassetti Ernaldo, Emil Frey AG, Zurich: Commission des examens de fin d'apprentissage – nouvelle formation initiale commerciale

Blumenstein Peter, Toyota AG, Safenwil: Commission d'assurance de la qualité – Conseiller de vente automobile

Bucher Gregor, UPSA, Berne (démissionnaire): Commission de tarification UPSA/Eurotax VL et Commission de tarification UPSA/Eurotax PL

Degen René, Gorenmatt Garage AG, Binningen: Commission Service et Technique

Diriwächter Bruno, AMAG, Buchs: Commission d'assurance de la qualité – Commerce de détail

Hungerbühler Alfons, City-Garage AG, St. Gall: Commission des marques

Juon Markus, Aaron Autoelektro-Garage, Glis: Comité spécialisé électricien-électronicien en véhicules

Leuba Nicolas, LARAG Romandie: Commission des véhicules utilitaires

Schaller Hermann, Garage E. & H. Schaller, Zermatt: directeur de la Formation professionnelle et Commission de la formation professionnelle

Tinguely Michel, Jaguar Land Rover Schweiz AG, Safenwil: Commission de l'assurance de la qualité – diagnosticien d'automobiles

Wernli Urs, UPSA, Berne: Commission des relations publiques

Vacant: Commission suisse pour le développement et la qualité professionnelle – formations techniques initiales

Evolution des adhérents de 2005 à 2009



Etat des membres dans les sections

Section	Fin 2005	Fin 2006	Fin 2007	Fin 2008	Fin 2009	+/-
AG	333	333	337	338	347	+9
BS/BL	143	140	140	140	137	-3
BE	566	563	562	567	578	+11
FR	174	173	172	173	172	-1
GE	109	107	106	105	105	
GL	30	31	31	29	29	
GR	193	196	199	202	202	
NE	92	85	86	83	80	-3
SG/AI/AR/FL	292	293	295	290	294	+4
SH	53	54	54	50	49	-1
SZ	98	96	95	99	96	-3
SO	139	139	142	142	147	+5
TI	207	204	201	206	208	+2
TG	131	132	135	140	144	+4
UR	29	27	27	29	30	+1
VD	354	350	343	340	327	-13
VS	181	182	182	182	181	-1
LU/OW/NW	253	254	249	251	247	-4
ZG	35	33	35	37	38	+1
ZH	541	532	538	557	561	+4
Total	3953	3924	3929	3960	3972	+12
Membres passifs						37

Fin 2009, l'UPSA, dans toute la Suisse, rassemble 3972 entreprises affiliées réparties dans ses sections. Nous enregistrons ainsi une nouvelle progression par rapport à l'année précédente.

La section Berne (578 entreprises affiliées) et Zurich (561 entreprises affiliées) sont en tête de liste. La section Berne enregistre la plus grande progression (+11).

Répartition par régions linguistiques

La part des entreprises suisses alémaniques affiliées est passée de 71,5 à 73,3 pourcent au cours des cinq dernières années. La Romandie représente 22 pourcent et le Tessin 5,2 pourcent des membres.

	2005	2006	2007	2008	2009
Suisse alémanique	2836	2823	2839	2877	2899 (73,0%)
Romandie	910	897	889	873	865 (21,8%)
Tessin	207	204	201	210	208 (5,2%)
Total	3953	3924	3929	3960	3972

Chiffres d'affaires dans l'industrie des garages (en millions de CHF)

En 2008, les garages affichent une fois de plus une progression réjouissante du chiffre d'affaires.

2004	2005	2006	2007	2008
27 914	28 022	28 879	31 534	32 331

Impressum

Cette brochure est parue en mai 2010.

Editeur:

UPSA, Union professionnelle suisse de l'automobile
Mittelstrasse 32, Case postale 5232, CH-3001 Berne
Téléphone +41 (0)31 307 15 15, info@agvs.ch, www.agvs.ch

Conception, rédaction et présentation:

Communication UPSA en collaboration avec Viva. AG für Kommunikation

Collaboration rédactionnelle:

Markus Aegerter (UPSA), Alexander Ammon (UPSA), Monique Baldinger (UPSA),
Alfred Leuenberger (UPSA), Mario Michel (UPSA), Markus Pfanner (Viva),
Katrín Portmann (UPSA), Arnold Schöpfer (UPSA), Urs Wernli (UPSA)

Photos:

UPSA, Michael Stahl, Stahl Photographie, Berne

Impression:

dfmedia, Flawil



Papier: PlanoJet

Tirages:

3600 ex. all, 1100 ex. fr, 350 ex. It.

2010 © Reproduction des textes et des graphiques avec indication de la source et justificatifs à l'UPSA

UPSA/AGVS – LA VOITURE, NOTRE PASSION.

Vous obtiendrez de plus amples informations auprès de
UPSA/AGVS
Mittelstrasse 32, Case postale 5232, CH-3001 Berne
Tél. +41 (0)31 307 15 15, Fax +41 (0)31 307 15 16
info@agvs.ch, www.agvs.ch



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